www.ouest-magazine.com

# Ouest

Été / 2012

1

Le magazine premium des Bretons de Paris, de Bretagne et d'ailleurs...

Design, gastronomie, mode...

## les nouveaux conquérants !

©M. Langle • L'art dans les chapelles



**Iroisie**
à la conquête du Japon



**Henaff**
is enough



**Biétry**
refait le match

**Investir ou habiter en Bretagne**
Tour d'horizon

6 €

Paris • Finistère • Ille-et-Vilaine • Loire-Atlantique • Morbihan • Côtes-d'Armor

# Ouest

Ouest magazine / n°1
été 2012

Paris
33 avenue du Maine
Tour Montparnasse 26e étage
15e arrondissement
Tél. : 01 44 10 40 48
redaction@ouest-magazine.com

Vannes
4 ruelle du Moulin
Tél. : 02 97 01 05 01
Fax 02 97 46 81 66
studio@ouest-magazine.com

Directeurs de la publication
Gaël Patout et Valérie Patout-Gestin
Éditeur
Synapse éditions
Capital de 60 000 €
RCS 484960919
Rédaction
Valérian Denis, Erwann Kermayol
Matthieu Noli, Anaïs Pennou.
Création graphique
Agence Quintesis Communication
5 allée Gabriel Lippmann - 56000 Vannes
02 97 40 42 09 - www.quintesis.com
Publicité
Catherine Scoul-Leclerc
Paris 01 44 10 40 48
Vannes 02 97 01 05 01
Internet www.ouest-magazine.com
Romain Levavasseur, Aurélie Billiau.
studio@ouest-magazine.com
Photos
Hélène Baron, Valérian Denis, Fotolia,
Erwann Kermayol, Matthieu Noli, Quintesis
Communication, Michel Langle (couverture).
Impression
Galaxy Imprimeurs - Le Mans
Abonnements
Ludivine Le Luherne
02 97 01 05 01
Ont participé à ce numéro
Marie Barathon, Mathilde Parenty,
Amandine Betton, Lucile Dodolin,
Émilie Eveno, Cathy Frelau,
Romain Guillemot, Mathilde Massot,
Véronique Victor.

Dépôt légal à parution. ISSN en cours.


Le magazine premium des Bretons de Paris, de Bretagne et d'ailleurs...

*Vous avez entre les mains le premier numéro de Ouest. Véritable trait d'union entre la Bretagne et les 900 000 Bretons de Paris, Ouest veut mettre en valeur la créativité, l'innovation et la volonté hégémonique de ses acteurs.*
*Nous avons le sentiment que le Breton porte en lui un souffle, des convictions et la volonté féroce de réussir ce qu'il entreprend. Nous souhaitons mettre en lumière cette vitalité au fil des pages.*

## *Ouest veut mettre en valeur la créativité et l'innovation.*

*Ouest vous donne rendez-vous 3 fois par an pour un tour d'horizon de ceux et celles qui créent l'événement. Chaque numéro sera riche d'expériences et gageons que vos réactions et avis seront aussi moteurs dans la conception de ce magazine.*
*L'équipe est déjà au travail pour partager avec vous le prochain numéro d'octobre.*

*Gaël et Valérie PATOUT,*
*fondateurs.*

www.ouest-magazine.com

Découverte
Société
Immobilier
Art
Mode
Culture

# Les nouveaux conquérants



**Ils ont du talent, du culot et de l'énergie à revendre. Une nouvelle génération d'entrepreneurs bouscule les codes, renouvelle les tendances et n'hésite pas à franchir les frontières pour vendre leur savoir-faire.**


©Larnicol
Georges Larnicol

## La salsa chocolat

Plus rien n'arrête le talentueux **Georges Larnicol** ! Le pâtissier-chocolatier quimpérois vient d'ouvrir une troisième boutique dans la capitale. À Montmartre, on la surnomme déjà « le petit musée du chocolat » en référence à son incroyable collection de sculptures entièrement comestibles. Cet artisan entreprenant n'en finit plus de surprendre par sa créativité et son esprit de conquête. Il projette maintenant d'ouvrir boutique au Brésil, à Copacabana et Ipanema, mais aussi d'y installer une unité de transformation pour être au plus près des producteurs de fèves.
Est-ce à dire qu'il emportera aussi dans ses bagages la recette du célèbre kouign-aman et que les Brésiliennes seront bientôt à leur tour soumises à cette tentation diaboliquement calorique ?
***www.chocolaterielarnicol.fr***


©Eliprod

## Haute couture

Depuis 1891, de génération en génération, d'artisans en artistes, la famille **Renouard** a fondé une superbe maison de maroquinerie haut de gamme. Quand on découvre la boutique atelier de Plancoët, petite ville des Côtes-d'Armor, tous les sens se mettent en éveil. L'odeur subtile et chaleureuse des cuirs, le bruit des outils et des machines, la palette colorée et chatoyante de la toute nouvelle collection présentée sur les étagères, et surtout l'envie irrépréhensible de caresser les peaux pleine fleur des sacs… On prend alors toute la mesure du véritable luxe : savoir que le modèle que l'on a choisi est le fruit d'une idée qui a germé ici sous le crayon de Régis Renouard et qui s'est développée entre les mains expertes des hommes et des femmes qui s'affairent sous nos yeux. Heureusement pour les amateurs de belles choses, Renouard est aussi présent à Paris, dans les grandes villes françaises et les stations balnéaires de nos côtes.
***www.maroquinerie-renouard.com***

©Renouard

## Championnes du Monde !

Des palmes bretonnes, fabriquées à Vannes par **la Compagnie des Palmes**, équipaient, l'été dernier, l'équipe de hockey subaquatique australienne lorsqu'elle est devenue championne du monde au Portugal. Cette PME, créée en 90 par Éric Breier, ancien nageur de compétition, s'est spécialisée dans la conception et la fabrication de produits haute performance en fibre de verre et carbone. Testés et approuvés par les clubs ou les utilisateurs, le produit et la marque ont conquis des « micromarchés mondiaux».
La Compagnie en écoule plus de 1 500 paires par an, des bipalmes ou monopalmes haut de gamme (de 200 € à 500 €), destinées à la chasse sous-marine, la plongée en apnée, le tir sur cible, le hockey subaquatique et le sauvetage. Fabriquées à l'unité ou en toute petite série, elles équipent plusieurs apnéistes de renommée mondiale, des équipes nationales de hockey subaquatique. La PME vannetaise a également conçu les prothèses de Philippe Croizon, le nageur sans bras ni jambe qui relève l'exploit de rallier les cinq continents.
***www.breier.fr***





## Et les poteaux téléphoniques brésiliens deviennnent des meubles !

Camille et Jérôme Dubois sont inspirés. Frère et sœur ont des idées, un goût certain et du savoir-faire en matière de meubles. Véritable pied de nez à l'uniformisation et la standardisation du marché du mobilier, leur démarche professionnelle et leurs créations séduisent les professionnels de l'agencement à travers le monde : hôtels étoilés, grands restaurants, domiciles de stars, c'est bien l'exigence de la qualité qui fait leur succès à Vannes, Paris, Miami, Moscou…
Choix des matériaux, techniques de fabrication, design réfléchi et soigné, telle est la charte définie et respectée par **De Kercoët**. L'esprit est à la curiosité et à la découverte aussi. Le Brésil, des poteaux téléphoniques devenus inutiles, Camille dessine, invente… et une gamme nouvelle, originale, voit le jour. Ces meubles arrivent sous nos yeux, et seront à découvrir cette année dans le tout nouveau showroom, ouvert au grand public cette fois.
***De Kercoët - Vannes - www.dekercoet.com***




©Michel Rhiel
Camille et Jérôme Dubois

## De la fourche à la fourchette

Granitique et tonique, l'homme est à l'image de son terroir et ses produits lui ressemblent : vrais et authentiques, chaleureux et élégants. **Jean-Yves Bordier** est un créateur de beurres. Convaincu que la Bretagne n'est pas un musée à ciel ouvert des traditions et arts populaires, sans sacrifier ce qui nous a été légué, il l'inscrit dans le monde d'aujourd'hui. Il a su apporter à ce produit une note d'impertinence. Malaxés, salés et tapés dans les règles de l'art, ses beurres s'encanaillent de saveurs d'ici et d'ailleurs, sans a priori. Aux algues de nos côtes, au piment d'Espelette, à la vanille de Madagascar ou encore au yuzu, cet agrume asiatique aux arômes de pamplemousse et de mandarine… : sa collection invite au voyage et se décline sur-mesure, pour répondre aux exigences des plus grands chefs et des amateurs avisés. Son marketing, c'est la qualité de son travail : on trouve ses beurres chez les meilleurs crémiers à travers le monde, et à Paris à la Grande Épicerie et au Lafayette Gourmet. Et comme Jean-Yves Bordier aime qu'un produit raconte une histoire, du pré à l'assiette, il vient d'installer quelques jolies tables à l'arrière de sa boutique intra-muros. Décor design et murs de pierre, la grande ardoise propose des mets délicats qui mettent le beurre à l'honneur.
***La Maison du Beurre - Saint-Malo***
***www.lebeurrebordier.com***


©B. Winkelmann


©Xavier Scheinkmann
Nathalie Vautier


©Ekyog

## Beau et bio

Elle a fait un joli bout de chemin, la griffe **Ekyog** née en 2003 de l'envie de Nathalie et Louis-Marie Vautier de créer un prêt-à-porter écologique, éthique et esthétique. Depuis La Mezière, près de Rennes, la marque a pris son essor et le cap des 50 boutiques est presque franchi, avec une entrée remarquée aux Galeries Lafayette Haussmann, Montparnasse et Marseille. Une expansion qui va se poursuivre dans les prochains mois avec l'ouverture prévue d'une quinzaine de points de vente franchisés en France et un déploiement international. Et en marque désormais reconnue pour son esprit et son style, Ekyog a invité cette saison la créatrice Lolita Lempicka à signer une collection ultra-féminine, chic et bohème : une invitation à l'optimisme.
***www.ekyog.com***

# Beauté iodée

## Lostmarc'h, Nominoë, Iroisie…

Portrait de trois marques innovantes qui ont relevé un pari osé : se servir des ressources naturelles et iconographiques qu'offre la Bretagne pour partir à la conquête du monde. Et ça marche!

**Trois noms qui fleurent bon la Bretagne et pour cause!** Depuis 2006, ces trois marques se sont progressivement fait une place de choix sur le marché très prisé de la parfumerie et de la cosmétique de luxe, avec une seule et même mission : véhiculer une image haut de gamme de la Bretagne. Tout en revendiquant leur côté naturel, artisanal et «made in Bretagne», leurs produits sont vendus des États-Unis à Dubaï, en passant par les magasins les plus huppés de Tokyo.
Jusqu'il y a peu en Bretagne, le monde de la parfumerie et de la cosmétique se définissait essentiellement autour de marques comme Yves Rocher, Daniel Jouvance ou Phytomer. Des marques bretonnes certes, mais qui avaient fait le choix de ne pas communiquer sur leur région d'origine, préférant mettre l'accent sur leur côté «naturel». Mais, depuis quelques années, des petites maisons pleines d'ambition se sont lancées un nouveau challenge en prenant le contre-pied de ce postulat. À travers elles, la Bretagne se revendique désormais comme synonyme de raffinement et d'élégance. Bref, elle frime et ça lui va plutôt bien !

## Lostmarc'h… ou le premier parfum breton

Durant les 10 années qu'il a passées aux États-Unis, c'est lors de balades sur les plages huppées des Hamptons, à une heure en voiture de New-York, qu'Antoine Vuillermet ressentait le plus le manque de sa Bretagne. Ce qui lui revenait en mémoire ? « Des émotions olfactives » nées lors de ses villégiatures sur la presqu'île de Crozon, le quartier général de sa famille… de parfumeurs.
Aussi, en 2004, quand il revient s'installer à Rennes, il se met en tête de retranscrire et transmettre ces émotions à travers une ligne de parfums. Antoine Vuillermet ne s'en cache pas : il veut sortir de l'image « d'une Bretagne thalasso très technique et pas forcément sexy ». Il estime que la région a sa place dans **un univers haut de gamme.** Il travaille sur la création de ses parfums et définit un packaging particulièrement raffiné. Sa marque sera chic ou ne sera pas ! Une véritable entreprise familiale. Son oncle et sa tante créent les concentrés de parfums, sa mère pense l'iconographie et son père devient directeur financier. En 2006, la ligne de parfums voit enfin le jour, baptisée Lostmarc'h, du nom de la plage crozonnaise où Antoine a l'habitude de se ressourcer. Les parfums ont des noms aussi évocateurs qu'*Atao*, «toujours» en breton, *Aod* qui signifie rivage ou *Lann-Aël*, la lande des anges. Aujourd'hui **la marque est distribuée dans 22 pays à travers le monde** parmi lesquels l'Italie, la Russie ou encore l'Australie. Deux boutiques existent à Rennes et Saint-Malo, et une nouvelle devrait bientôt ouvrir ses portes à Paris. Nouveau défi de taille pour la marque : une gamme de cosmétiques fabriquée dans les Côtes-d'Armor, près de Tréguier. Tous les ingrédients proviendront des 50 kilomètres alentours et chaque produit sera à base d'une émulsion à l'eau de mer. Car peu de gens le savent, mais l'eau de mer diluée a la même composition chimique que notre sang ! (La vie est née dans l'eau, on l'oublie souvent). Les propriétés de ces soins s'avèrent donc particulièrement bénéfiques pour la peau, en termes de minéraux et d'hydratation.

*une entreprise familiale*



©Lostmarc'h

## Des cosmétiques résolument tournés vers la terre

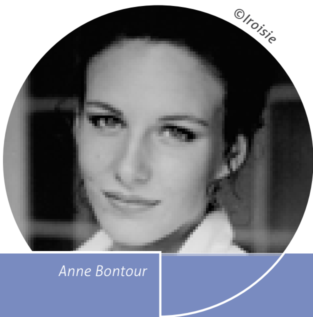
Créée en 2008, Nominoë est une idée de Jérémias Martins et Arnaud Fourel. Ce dernier est le Breton du duo. Après avoir été le designer d'une grande marque de haute-couture parisienne, il décide avec son acolyte d'imaginer une ligne de cosmétiques bio basée sur les souvenirs, les odeurs et les plantes de son enfance… Nominoë devient en quelque sorte une madeleine de Proust. Au bout de plusieurs mois de recherches, cinq ingrédients sont sélectionnés pour constituer **l'ADN de chacun des produits : l'ajonc, le genêt, la criste-marine, le blé noir… et l'artichaut.** Cinq ingrédients aux vertus reconnues : hydratantes, veinotoniques et pour l'éclat du teint… Les trois premiers composants sont sauvages et cueillis à la main entre le Finistère et le Morbihan par une quarantaine de femmes qui sont devenues de véritables amies. Quant au blé noir et à l'artichaut, c'est un agriculteur bio du nord de la Bretagne qui les cultive. Ils « assument à fond ce côté artisanal» et disent «ne pas savoir travailler autrement». Et c'est justement cet esprit et cette âme qui ont plu aux distributeurs. Aujourd'hui il existe **150 points de vente en France et 25% du chiffre d'affaires est réalisé à l'export** (Moyen-Orient, Japon, Canada…). Pour rester en accord avec leur philosophie, Jérémias et Arnaud refusent de céder aux chants des sirènes que sont les grandes enseignes de parfumerie, et préfèrent qu'on trouve leurs produits dans des boutiques indépendantes où les rapports humains sont préservés. Pourtant la marque, noire et blanche comme le drapeau breton, jaune comme l'ajonc et le genêt, est citée dans tous les plus grands magazines féminins… et n'a pas fini de faire parler d'elle.




©Nominoë




©Iroisie



Anne Bontour

©Iroisie

## Des racines bretonnes et bio

La Mer d'Iroise, au large de Brest, figure parmi une des eaux les plus pures du monde. **Inscrite au patrimoine mondial de l'humanité par l'Unesco** en 1989, elle est traversée par des courants qui font d'elle l'une des mers les plus dangereuses de la planète, mais aussi l'une des plus riches en biodiversité. Des caractéristiques précieuses qu'Anne Bontour a décidé de capturer dans une gamme de soins : Iroisie, sortie en 2009. Cette jeune femme passionnée de cosmétiques, bercée par les souvenirs de sa grand-mère de Plougastel experte en secrets de beauté naturels, tenait à ce que sa marque ait des racines bretonnes et bio. Ses produits allient terre et mer, et parmi ses composants, on peut trouver des extraits d'algues brunes, rouges et vertes cueillies sur l'Île de Molène à côté d'Ouessant. Le raffinement est incontestablement au rendez-vous, que ce soit par le packaging volontairement épuré ou les textures et parfums délicats.
La reconnaissance a été très rapide. Sa gamme de soins pour le visage a, dès ses débuts, été particulièrement **plébiscitée par les Japonaises,** réputées comme étant les plus exigeantes au monde. Très vite, la créatrice a reçu une commande du spa d'Isetan à Tokyo, la version chicissime du Bon Marché. Les produits qui y sont proposés sont triés sur le volet. Ce qui peut se comprendre, quand on sait que la clientèle de ce temple de la consommation y dépense en moyenne 200 000 € par an.
Le marché français n'est pas en reste. **La marque Iroisie est déjà présente au Ritz et dans 50 points de vente à travers l'hexagone.**
Au gré de ses déplacements, Anne Bontour ne cesse de s'étonner d'une chose : le nombre de personnes qui connaissent la Mer d'Iroise… grâce à la météo marine de France Inter. Mais aujourd'hui, le vent qui souffle sur la Bretagne est celui du luxe, du calme et de la volupté. *A. P.*

*«…ses produits allient terre et mer…»*

# Autolib la révolution

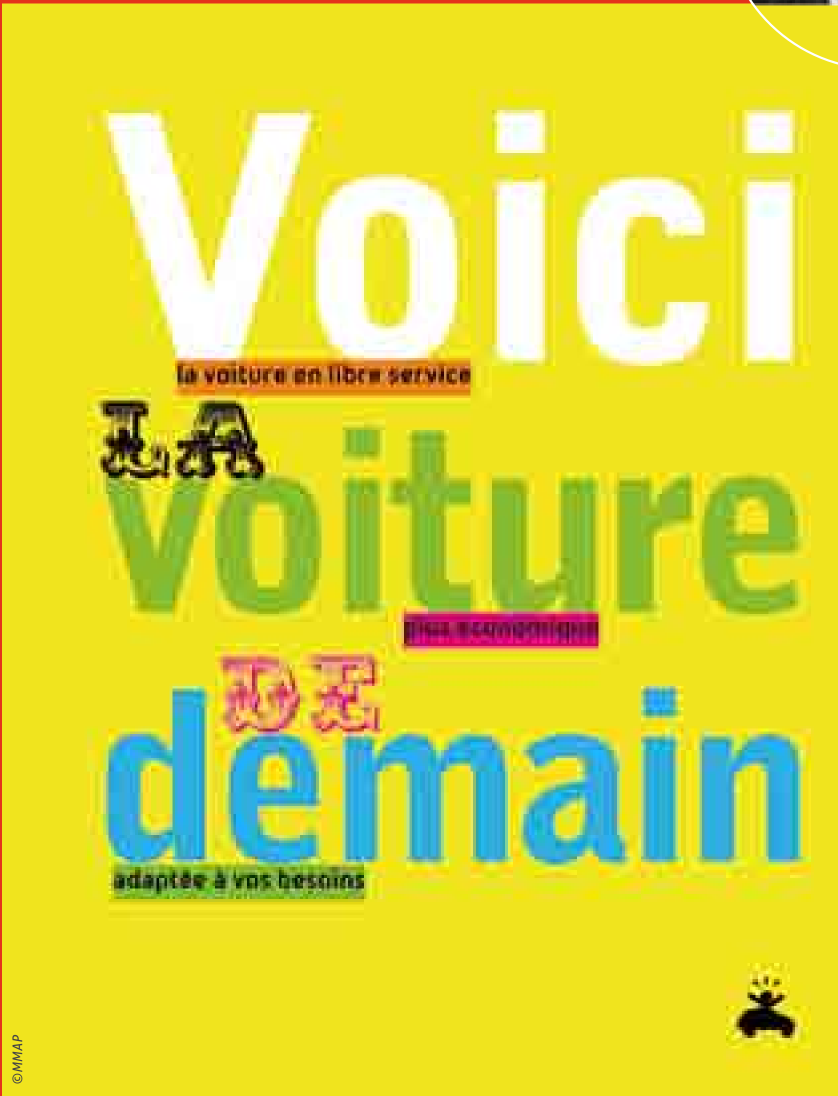
## On n'aura jamais vu autant de véhicules immatriculés dans le Finistère dans les rues de Paris !

**Depuis le 5 décembre dernier**, date de lancement d'Autolib, le service de voitures en libre-service géré par le groupe Bolloré, des nuées d'automobiles portant fièrement le numéro 29 circulent à Paris. Ces petits bolides gris se faufilent dans les embouteillages, déboulent sur le périphérique, foncent le long des avenues et reviennent sagement se garer dans l'une des six cent stations Autolib.


*Vincent Bolloré*

Six mois après le début du service, l'heure est à un premier bilan et celui-ci est incontestablement positif d'après Morald Chibout : « Nous sommes en avance sur le tableau de marche, avec 1 740 Bluecar livrés et plus de 600 stations installées », se réjouit le charismatique directeur général de l'entreprise. Certes, il y a bien eu quelques petits pépins techniques : les pare-chocs, les rétroviseurs et les câbles d'alimentation étaient fragiles et cassaient facilement. Ces défauts ont été corrigés. « Le Bluecar est une voiture électrique et automatique qui ne se conduit pas comme une automobile classique, indique-t-on chez le délégataire de service. Certains utilisateurs ont pu être un peu désarçonnés au début, mais tout est rentré dans l'ordre ».

De la même façon, les polémiques sur l'invasion de la voie publique ont fondu comme neige au soleil. À ceux qui s'inquiètent de la multiplication de stations Autolib, craignant de ne jamais pouvoir se garer, le dirigeant répond : « Il y a 175 000 places de stationnement à Paris et nous avons prévu d'implanter 3 000 voitures à la fin de l'année. Les Parisiens auront toujours de la place pour se garer ! ».




Ne pouvait-on pas craindre des actes de vandalisme ? Quelques semaines après la mise en place du service, six véhicules ont brûlé à Créteil. « Un règlement de comptes entre bandes rivales », indique-t-on chez Autolib. Depuis, rien ou presque. Car c'est peut-être là la plus grande révolution apportée par Autolib : les 19 000 personnes qui ont souscrit un abonnement à ce service (dont 6 000 qui ont choisi un abonnement premium, à l'année) ont accepté de changer complètement leur rapport à la voiture. «Nous sommes passés d'une logique d'utilisation à une logique d'usage, explique Morald Chibout. L'utilisateur ne conduit pas SA voiture qui est un marqueur social et un prolongement de lui-même mais UNE voiture qu'il partage avec d'autres.»

Cette révolution mentale est aussi une réussite économique : à l'heure de la crise, l'entreprise a créé 1 000 emplois, dont 80 % dans les quartiers et la totalité des Bluecar est produite dans le Finistère, à Ergué-Gabéric. « C'est une volonté personnelle de Vincent Bolloré et un signe de son attachement à la Bretagne», sourit le directeur général d'Autolib. Les voitures immatriculées 29 vont se multiplier à Paris dans les années qui viennent. On va finir par croire que le Finistère est un département francilien ! *M.N.*





# Le parti pris des restes

La galerie Jean Fournier accueille Pierre Buraglio pour une exposition s'intitulant *Le parti pris des restes.* Un ensemble d'œuvres récentes et quatre *Fenêtres* datant du début des années 80.
Le nom de l'exposition fait référence à l'ouvrage de Francis Ponge, *Le parti pris des choses*, publié en 1942.

***Galerie Jean Fournier***
***22 rue du Bac***
***75007 PARIS***
***galerie-jeanfournier.com***




# Sur-enchère à Drouot !

Surprise à Drouot le 23 mai dernier quand l'enchère de cette *Nature morte bleue* de Geneviève Asse s'est envolée pour atteindre près de 7 fois son estimation.
En effet, alors que les experts évaluaient cette huile sur toile de 1955 entre 7 et 8 000 euros, plusieurs acheteurs se battirent pour l'emporter poussant l'enchère à 68 656 euros (frais compris) !
Un record pour la peintre bretonne qui se partage entre ses ateliers parisiens et l'Île aux Moines.

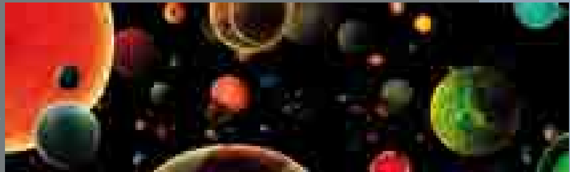


Geneviève Asse
*Nature morte bleue*, 1955.
Huile sur toile 146x97cm.

# Ta mère en tongs,
## quand les océans débordent de nos objets.

Une exposition détonnante pour sensibiliser sur nos modes de consommation qui, au final, viennent polluer nos océans.

***Pavillon de l'eau***
***77 avenue de Versailles***
***75016 PARIS***
***www.clearplanet.org***



*Cosmos*




# L'odeur subtile de l'encre

Voilà une chose que les tablettes numériques n'auront jamais. Le léger grincement du parquet, l'odeur caractéristique de l'encre d'imprimerie qui s'insinue dans votre cerveau et vous guide vers l'ouvrage qui attend là que votre main hésitante le prenne, le retourne et se l'approprie en le rapprochant de votre cœur. *L'œil écoute*, c'est toute une histoire, que dis-je une aventure, depuis qu'un beau matin de février 2007, Armelle Lainé-Vairet a sauvé le lieu d'une fin indigne en cyber café ! Comment laisser partir près de 40 ans de littérature, sacrifiée sur l'autel de la rentabilité foncière ?
Vous qui aimez les livres, vous êtes les bienvenus dans ce sanctuaire aux lumières tamisées, aux vendeurs «d'époque». On se croirait dans un circuit de scalextric (les connaisseurs apprécieront) avec ce surprenant virage en dévers qui vous ramène vers l'arrivée. Car ici, l'angle droit est banni, tout est rondeur, courbe et fluidité. Laissez vous guider.

Dans votre valise pour cet été :
*Le Gouverneur d'Antipodia*, de Jean-luc Coatalem, très sombre...
*Le Studio de l'inutilité*, de Simon Leys, un essai sur des personnages contemporains.
*L'Œil écoute*, de Paul Claudel sur les mystères de la peinture hollandaise.

Bouffes
# parisiennes

Une chose est sûre, ces hommes ont du caractère et leur cuisine s'en ressent. Une vraie pause iodée à choisir aux 4 coins de la ville.

## Vade retro les charognards !

***Et non, contrairement à ce que certains pourraient croire, La Cagouille n'est pas le temple de l'escargot !***

Installé depuis plus de 20 ans au pied de la gare Montparnasse pour le plus grand bonheur des hordes de Bretons qui ont la chance de descendre de leur TGV à l'heure du déjeuner ou du dîner, c'est le repère incontestable et surtout incontesté du poisson à Paris. André Robert, le patron aux deux prénoms, marathonien de l'extrême, vous accueille avec l'œil malicieux et si vous avez envie de le taquiner… il saura rentrer dans votre jeu.
Que vous soyez installé à l'intérieur ou sur sa très vaste terrasse ombragée, vous commencerez à sentir les embruns de Vannes dès que la cassolette de coques au beurre blanc vous sera servie en guise de bienvenue.
Ne cherchez pas sur le tableau blanc une quelconque présence de viande : vade retro les charognards !!! C'est un enchaînement de crustacés, coquillages et de poissons exceptionnels. Tant par leur origine (ils arrivent chaque matin de Rungis, issus des meilleurs étals) que par leur cuisson : la justesse est vraiment au rendez-vous !
Que dire des huîtres du magicien d'Oléron, toujours le double prénommé David Hervé ? Élevées à raison de 4 unités au m² pour leur assurer le meilleur échange avec la mer, ses huîtres sont d'une régularité étonnante toute l'année, d'une fermeté magnifique et d'un goût exceptionnel. La demande était tellement importante qu'André Robert s'est associé avec le conchyliculteur et a installé une boutique jouxtant son restaurant au sein de laquelle vous pouvez venir acheter ses huîtres quand vous le souhaitez. Dorade, bar de ligne, merlu, saumon… tout est superbement cuisiné par le même chef depuis l'origine de ***La Cagouille*** avec un service orchestré par Olivier dont le sourire, la convivialité et l'amour de son métier font mouche à chaque fois. Ici, pas de chichi : il n'y a pas de nappes ni de couteau à poisson, mais place à la qualité, au produit et à l'accueil. Mais on ne peut clore cet article sans évoquer la magnifique carte des vins qui renferme de nombreux trésors : les Meursault de Coche Dury ou de Roulot, les Pouilly de Dagueneau, les Menetou-Salon de Minchin, les Muscadet de Jo Landron pour ne citer qu'eux, sont non seulement là pour assurer l'accord mets-vins sur les plats de La Cagouille mais il faut féliciter le patron sur leurs tarifs plus que raisonnables.
Sachez que cette adresse fut l'une des préférées de François Mitterrand (la grande table en bois dans le salon près de l'entrée était la sienne) et vous aurez de grandes chances d'y croiser tant Pierre Bergé, que Sylvie Pierre-Brossolette, Marek Alter ou encore François Bayrou.
N'imaginez pas pour autant que la présence de François Bayrou symbolise une cuisine du centre : elle est délibérément ancrée à l'Ouest, au large de nos rivages !

*La Cagouille • Place Constantin Brancusi • 75014 Paris • 01 43 22 09 01*



*Au Père Lapin • 10 rue du Calvaire*
*ou 186 boulevard Washington*
*92150 Suresnes • 01 45 06 72 89*
***Du lundi au samedi de 12h à 14h***
***et de 20h à 22h***
***le dimanche de 12h à 14h.***

## Et que ça saute !

***Au père lapin, quel joli nom… qui nous transporte immanquablement dans l'univers de Lewis Carroll***

À Suresnes, le ***Père Lapin*** est aussi un pays des merveilles, mais ici, point d'Alice et le roi de cœur s'appelle Bernard… Marcellin, ça ne s'invente pas pour un restaurateur ! Installé au pied du Mont Valérien depuis plus d'un siècle avec une vue imprenable sur la Tour Eiffel depuis son charmant jardin ombragé, cet établissement repris il y a six ans écrit les lignes de ce qui se fait de mieux à Suresnes. Dans un cadre chaleureux, tant en salle que sur la terrasse, le chef Clément Dauzié met au point une cuisine traditionnelle et savoureuse sans fausse note : gaspacho andalou glacé, filet de bar à la plancha au risotto safrané, magret de canard rôti wok de légumes et sauce à l'orange, millefeuille à la crème légère vanillée et framboises. Avec une addition finale rarement au-delà de 40 € par personne pour un repas entrée-plat-dessert.
À l'accueil, Johann et Christophe vous installeront selon vos envies du moment dans un coin cosy de l'entrée (près de la superbe machine à découper le jambon), plus aéré dans la grande salle principale aux allures de galion quittant Saint-Malo ou si la météo le permet, sur la superbe terrasse qui domine Paris. Le stationnement y étant très facile, n'hésitez pas à franchir la Seine et le satané ruban périphérique pour vous régaler aux portes de Paris.





L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.



## La grande évasion

***Qui aurait pu penser que cette course cycliste entre Paris et Brest née en 1891, outre le fait d'abolir les frontières entre la Bretagne et la capitale, allait donner naissance à l'un des plus merveilleux desserts ?***

Si vous voulez en avoir le cœur net, je vous encourage à pousser la porte de ***L'Évasion***, située au cœur de cette magnifique place St Augustin et vous découvrirez la « Magic Touch » de Rachid, son chef si sympathique. Sa pâte à choux excellemment cuite recouverte d'une mousseline pralinée aérienne (inspirée de son ami Pierre Hermé, rien que ça !) vous réconciliera avec ce mythe de la pâtisserie hexagonale. Et ce n'est que le début… ou plutôt la fin du repas par laquelle j'ai débuté cet article car dès la porte franchie, vous êtes déjà loin du tourbillon du 8e arrondissement, grâce à l'accueil du patron, Laurent Brenta. Passé par le Ritz, Laurent en a gardé la passion du produit pour ne proposer dans son bistrot chic à taille humaine que l'excellence de ce qui se boit et se déguste. Sa viande provient des sélections d'Hugo Desnoyer, son beurre de chez Bordier le Malouin, les volailles issues de l'élevage « Coucou de Rennes », le jambon Pata Negra Sierra de Séville, les petites sardines à l'huile d'olive Ramon Pena, pour ne citer que les plus grandes stars de l'assiette.
La cave n'est pas en reste avec de grands crûs servis au verre et plus de 400 références issues de vignerons qui se font rares hors des cartes des étoilés Michelin : ne serait-ce que les sublimes pinot noir de Roumier, les Chardonnay de Roulot , les côtes-du-Rhône de Michèle Aubery du Domaine Gramenon, les Chambolle Musigny de Cécile Tremblay.
Cette équipe resserrée, avec au service le sympathique Jean-Michel et la délicieuse Catherine, vous fera passer un repas à fière allure, bercé par des cuissons très justes et des flacons inoubliables.
Ah j'allais oublier : *L'Évasion* a remporté cette année le grand prix de l'ASOM. Comment ? Vous ne connaissez pas l'Association de Sauvegarde de l'Œuf Mayonnaise présidée par Claude Lebey ? Commandez-le en entrée, vous m'en direz des nouvelles…

*L'Évasion • 7 Place St Augustin • 75008 Paris • 01 45 22 66 20*
***Du lundi au vendredi, déjeuner et dîner.***



## Mamie Tevennec

***Un cocktail explosif au blé noir !***

Vous prenez une dose de Breton de Fougères que vous mélangez avec une Corse pur jus, vous obtenez un mélange surprenant, inédit et gourmand. C'est pourtant un chef crêpier lorientais qui officie aux fourneaux mariant la vraie galette de blé noir (pas coupée au froment s'il vous plaît) et la pure charcuterie corse des montagnes. Avec ***Mamie Tevennec***, l'art de la crêpe se renouvelle et les chants corses vous accompagnent tout au long du repas, ça change des binious.
En plus du 41 rue Faidherbe, c'est dans un ancien cabaret sulfureux, *Chez Raymonde*, au 119 avenue Parmentier dans le 11e que *Mamie Tevennec* vous accueille depuis mi-juin.

*119 avenue Parmentier et 41 rue Faidherbe*
*75011 Paris • 01 44 93 92 42*
***Prix : formule à 10 € avec une galette et une crêpe au choix. Galette entre 8 et 10,50 €, crêpe entre 7 et 12 €.***



## O' Breizh

***Des saveurs audacieuses dans vos assiettes selon la pêche de la veille !***

Situé non par hasard au 27 rue de Penthièvre dans le 8e arrondissement, ***O'Breizh*** aux allures de bistrot parisien propose des produits frais importés directement de Bretagne.
Une ouverture sur la cuisine permet à votre curiosité de jeter un coup d'œil sur André Sydney confectionnant des plats inspirés de ses expériences gustatives dans la région lorientaise.
L'épicerie, les tableaux photos noir et blanc et les marinières portées par toute l'équipe vous transportent en région bretonne dans une ambiance teintée de noir et orange.

*27 rue de Penthièvre • 75008 Paris*
*01 42 56 27 32 • www.obreizh.com*
***Prix : assiettes de 10 € à 17 €, plaisirs sucrés entre 4 € et 6 €.***
***Service à domicile dans le 8e arrondissement pour 2 euros supplémentaires.***



## Le Crabe Marteau

***À fréquenter sans modération en famille ou entre amis !***

Fraîcheur et authenticité sont les maîtres-mots de cet établissement. La presse bretonne en guise de nappe, une planche en bois et un marteau créent un cadre simple, rustique et convivial où vous seront proposés des produits frais importés quotidiennement des côtes finistériennes. Concept lancé en 2004 à Brest par Pierre Cosmao, l'enseigne a jeté une seconde fois l'ancre à Paris en 2010 afin de cogner le crabe, le tourteau ou l'araignée de mer à coups de marteaux, comme si vous étiez sur les quais d'un petit port breton. La carte varie selon les saisons et la marée pour proposer uniquement des produits portant le sceau de la fraîcheur.

*16 rue des Acacias 75017 Paris*
*01 44 09 85 59 • www.crabemarteau.fr*
***Prix à la carte (entrée + plat + dessert) : 25-30 € • Plat principal : 17 € à 23 €.***



MARINIÈRE JULIE

100 % twill de soie
Mix de dessins exclusifs
bas de manches en boutis
100 % twill de soie

JUPE SUZY RAYURES BLEUES

100 % coton

©Mamoru Sakamoto

# Mode décomplexée

## La Prestic Ouiston

C'est beau un rêve qui se réalise. Toute petite, Laurence Mahéo traînait dans les jupes de sa grand-mère dans la boutique familiale de tissus. Ses poupées préférées Prestic et Ouiston se trouvaient déjà habillées de ses créations.



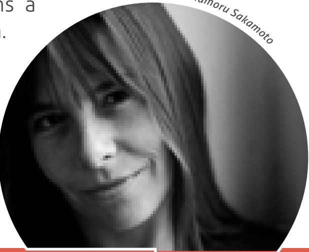
©Mamoru Sakamoto

**www.lapresticouiston.com**

**Tous les petits garçons** ne deviennent pas pompiers ou, actualisons, joueurs de foot ou stars de la chanson, ni les petites filles, princesses, oups ! Mannequins ou chanteuses au physique bombesque…
Laurence, elle, à force de tenacité et de persévérance, réalise aujourd'hui ce dont elle a toujours rêvé : créer une maison de stylisme qui matérialise son imaginaire.
Elle a longtemps travaillé seule, du patron à la réalisation ; aujourd'hui l'équipe s'est étoffée de deux collaboratrices japonaises, assistante et modéliste ainsi que des sous-traitants qui mettent leur savoir-faire à la réalisation des modèles. La collection est exclusivement réalisée en France.
Autodidacte, elle crée une mode intemporelle pour que les femmes se sentent bien et libres. Leur féminité est délicatement suggérée et sublimée.
L'inspiration découle d'un univers doux d'argentique de photos de vacances, mais la force est aussi présente dans les femmes qui l'inspirent autant par leur style que leur indépendance d'esprit et leur créativité, comme Colette, Chanel, Sagan… Elles véhiculent tout simplement l'image d'une femme libre et intellectuelle en interaction avec son époque.
Les coupes sont confortables et les matières luxueuses. Les tissus sont précieux et naturels, twill de soie, foulards, tissus anglais, harmonies subtiles de couleurs : l'alchimie de la collection, c'est le talent. Une base d'inspiration se fait en donnant une nouvelle vie à des tissus anciens de facture rare. Beaucoup de pièces sont uniques et numérotées.
Le stylisme, c'est avant tout de la rigueur et du travail. Une coupe ne s'improvise pas, loin de l'image de dilettante qui colle aux professions artistiques. La perfection est l'objectif.
La cinquième collection est lancée, toujours plus aboutie, pointue, l'expérience aidant à réaliser plus précisemment les modèles imaginés. Guidée par l'envie et le plaisir de créer.
La pureté et l'originalité de ses lignes ont séduit fortement la clientèle japonaise friande de luxe et de mode pointue.
Le développement de La Prestic Ouiston est exponentiel. C'est une année faste qui s'annonce. Elle est déja implantée en corner dans de nombreux points de vente en France, au Bon Marché à Paris, au Club 55 à Saint-Tropez et dans sa propre boutique dans le 17e. À l'étranger, au Japon, en Corée, en Espagne, en Italie, en Suisse et sur internet. Le développement internationnal passera aussi par une forte implantation aux États-Unis, et par le co-branding avec des marques dèja bien implantées cultivant la même déontologie.

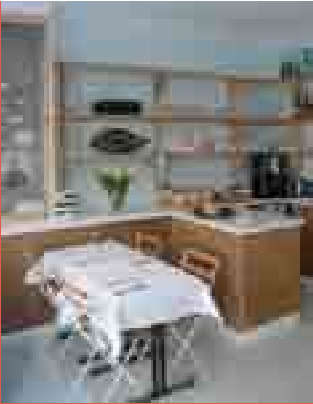
*« …des créations uniques… »*

Grâce aux acheteurs rencontrés dans les salons professionnels et à de bons attachés de presse, la collection est enfin connue et reconnue.
L'entreprise en pleine croissance va créer trois collections pour septembre plus spécifiques aux marchés français, japonais et américain.
Femme d'affaire accomplie, Laurence Mahéo a parallélement développé une autre de ses passions à travers la restauration.
Sa clientèle est aussi internationale.
*V. P. G.*



©Mamoru Sakamoto

Laurence Mahéo

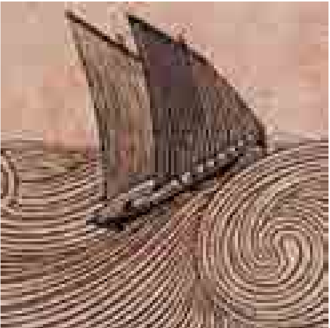


©La Prestic Ouiston

### Saveurs iodées

Cette fois, le projet est mené avec son conjoint Eric Foussat, décorateur. Leur restaurant *Atao*, propose des produits de qualité, que du frais, rien de micro-ondable avec un penchant pour ce qui vient de la mer. Elle dirige par ailleurs un chantier ostréicole, héritage familial soudain, dont les huîtres sont célébrées chez les plus grands restaurants parisiens, dont ceux d'Alain Passart et Jean-Pierre Vigato, ou encore chez Coste… La gestion quotidienne des parcs est déléguée aux collaborateurs locaux.
La carte, elle, valorise des produits traditionnels. Quelques idées pour vous mettre en bouche : sauté de palourdes au saké, carpaccio de Saint-Jacques, cerviche de bar, la tradition revisitée avec le pain perdu, les pommes rissolées… à découvrir.
Laurence est aussi impliquée auprès de réseaux comme Cohérence et d'associations d'ostréiculteurs bretons.
***Atao - 86 rue Lemercier - Paris 17e - 01 46 27 81 12***


©bretagne-japon2012.fr


©bretagne-japon2012.fr

# La Bretagne japonisante

## Une manifestation culturelle inédite pour une année riche en événements.

Un archipel de 12 expositions, enrichi d'un colloque, de spectacles, conférences et ateliers sur tout le territoire breton.

**Bretagne-Japon 2012,** ce sont 12 musées bretons qui s'unissent pour présenter des collections rares et inédites au grand public : objets japonais et œuvres empreintes de japonisme. Ce sont autant de pièces uniques et prestigieuses, symboles des liens historiques et artistiques entre le Japon et la Bretagne. Estampes, masques, porcelaines, kimonos, gravures, peintures sont présentés à travers 12 expositions pour plonger au cœur des relations entre la Bretagne et le Pays du Soleil Levant.

L'idée d'une telle manifestation a germé en 2006 dans l'esprit de conservateurs bretons, passionnés par le japonisme, qui ont évoqué auprès de leurs confrères le concept d'une réunion des musées de Bretagne autour d'un projet global sur cette thématique. De nombreux objets japonais sont en effet arrivés dans les collections des musées de la région, souvent par des voies originales, et le japonisme a particulièrement influencé les artistes qui ont travaillé en Bretagne à la fin du XIXe siècle. Constatant la richesse et la diversité des œuvres japonaises et japonisantes préservées dans les collections régionales, les conservateurs ont rassemblé ces fonds afin de les présenter au cours d'une manifestation d'envergure nationale.

*Renseignements sur le site*
**www.bretagne-japon2012.fr**

## L'AGENDA de cet été

**CONCARNEAU (29) Musée de la Pêche**
« Gyotaku, l'art de l'empreinte »,
***17 juin 2011 - 30 septembre 2012***

**LAMBALLE (22) Musée Mathurin Méheut**
« Empreintes d'un voyage au Japon »,
***1er avril - 31 décembre***

**DINAN (22) Musée Yvonne Jean-Haffen**
« Le Japon dans la correspondance de Mathurin Méheut »,
***16 mai - 30 septembre***

**DOUARNENEZ (29) Port-Musée**
« Le voyage de Francis Hennequin au Japon, un photographe de Douarnenez au pays du Soleil Levant »,
***12 mai - 30 juin***

**RENNES (35) Musée des Beaux-arts**
« Nostalgie du Soleil levant, le goût pour l'art japonais »,
***6 juin - 26 août***

**LORIENT (56) Hôtel Gabriel**
« Odyssée de l'imari »,
***9 juin - 2 septembre***

**BREST (29) Musée des Beaux-arts**
« La vague japoniste »

*... et autres à venir à partir de septembre*








# Rendez-vous à l'ambassade

## Rencontre avec Kaourintine Hulaud et Gaëlle Gouérou.

Gaëlle Gouérou est directrice de la Maison de la Bretagne depuis janvier 2008. Son travail ? Faire entendre la voix de la Bretagne à Paris, capitale internationale, et faire vivre ce qui se veut être un lieu d'échanges pour les 900 000 Bretons d'Île-de-France. Double rencontre avec Madame l'Ambassadrice et Kaourintine Hulaud, conseillère régionale, déléguée de la dite « maison ».

**La Maison de la Bretagne, qu'est-ce que c'est?**

Pendant plusieurs années nous avons été uniquement dédiés au tourisme, mais en 2007, le Conseil Régional de Bretagne dont nous dépendons a décidé d'élargir nos prérogatives. Depuis, nous avons trois activités principales. La première est la gestion de notre espace affaires. Nous mettons à la disposition des acteurs économiques bretons ou des élus, de passage à Paris, des salles de réunion. C'est très pratique pour eux car nous sommes situés à deux pas de Montparnasse. Ils louent nos salles quand ils ont rendez-vous avec un partenaire, une prospection ou un entretien de recrutement. Nous accueillons en moyenne cinq entreprises par jour, et les réservations se font bien en avance. D'autre part, nous sommes le relais à Paris des actions culturelles menées par le Conseil Régional. Dernièrement nous présentions l'exposition Bretagne-Japon 2012, reconnue d'intérêt national par le ministère de la Culture et de la Communication. En ce moment, nous consacrons une exposition sur le nouveau bâtiment du FRAC (Fonds Régional d'Art Contemporain) à Rennes, une création artistique majeure et architecturalement innovante. Enfin bien sûr, nous nous occupons toujours de promouvoir le tourisme en Bretagne.



**Kaourintine Hulaud**
Conseillère régionale,
déléguée à la Maison de la Bretagne,
maire adjointe à la culture d'Auray.

> La Bretagne est une terre de créations, c'est une terre innovante, une terre du XXIe siècle avec des gens du XXIe siècle.

**Quelle est votre principale mission?**

Nous voulons montrer que la Bretagne est une terre de créations, que c'est une terre innovante, une terre du XXIe siècle avec des gens du XXIe siècle. Notre rôle est de contribuer à son attractivité.

**En quoi est-ce parfois difficile?**

Il faut faire évoluer les mentalités et combattre certains clichés. Quand je rencontre des personnes qui ne connaissent pas du tout notre région, je leur pose toujours la question « C'est quoi pour vous la Bretagne ? ». La plupart du temps, on me répond : les crêpes et la pluie... Il faut donc prendre les gens par la main, avec leurs clichés, et les amener vers « notre » Bretagne. Une région qui bouge, qui est vivante et ouverte sur le monde.

**En tant que directrice de la Maison de la Bretagne, quel est l'autre pari à relever?**

Incontestablement élargir notre audience. À travers les différentes associations de Bretons à Paris, on dénombre à peu près 9 000 adhérents... Or il y a près de 900 000 Bretons en Île-de-France ! Ce que je souhaiterais, c'est passer des 9 000 aux 900 000 ! Aujourd'hui être breton est une fierté, ce qui n'était pas forcément le cas il y a trente ans. Les personnalités d'origine bretonne participent à cet élan en revendiquant leur attachement à leurs racines. Travailler à l'attractivité de notre région, c'est aussi participer à la création d'emplois là-bas.

**Vos rêves dans les années à venir pour la Maison de la Bretagne?**

Je pense que le monde musical et littéraire est une passerelle qui nous permettrait de toucher un public plus large. J'aimerais beaucoup que la Maison de la Bretagne devienne un point d'ancrage pour les artistes bretons, qu'ils aient le réflexe de venir au « 8 rue de l'Arrivée » pour la sortie de leur nouvel album ou pour une séance de dédicace. Par exemple, si Miossec veut venir ici pour sa prochaine conférence de presse, je serais ravie de l'accueillir !

**Si vous aviez un message à adresser aux Bretons de Paris?**

Qu'ils continuent à être ce qu'ils sont, c'est-à-dire les ambassadeurs de la Bretagne. À cause de leur éloignement géographique, ils manifestent souvent un attachement accru à leur région et c'est en ça qu'ils sont les meilleurs ambassadeurs. Et où qu'ils soient qu'ils continuent à aimer la Bretagne... mais ça, je n'ai pas vraiment besoin de le préciser !

***> 8 rue de l'Arrivée - 75015 Paris***
***Tél : 01 53 63 11 50***
***www.maisondelabretagne.fr***
***maisondelabretagne@region-bretagne.fr***
***facebook.com/MaisondelaBretagne***

# La Bretagne n'est pas moderne, mais… postmoderne

## Rencontre avec Jean-Pierre Le Mat



Historien, chef d'entreprise à Ploufragan , président de la CGPME des Côtes-d'Armor, administrateur de l'Institut de Locarn, Jean-Pierre Le Mat, revendique plusieurs identités. Mais d'abord celle de Breton, « penn kil ha troad » comme on dit.

*Désormais, ceux qui quittent la Bretagne ne fuient pas la pauvreté mais partent* ***à la conquête du monde.***

**Vous avez rejoint depuis peu l'Institut de Locarn en qualité d'administrateur. C'est quoi l'Institut de Locarn ?**

L'Institut de Locarn est le « Think Tank » (laboratoire d'idées) des patrons et des entrepreneurs bretons, en dehors des institutions et des chemins balisés. Situé en plein centre-Bretagne (à Locarn, Côtes-d'Armor), c'est à la fois un centre de prospective, un lieu de réflexion stratégique, le premier village numérique de France, un pôle d'excellence rurale.
Depuis quelques années, l'Institut de Locarn est aussi devenu un centre de formation : d'une part pour les jeunes diplômés sans emploi, d'autre part pour les créateurs et repreneurs d'entreprises. D'autres formations sont d'ores et déjà prévues pour 2012-2013, comme celle de directeur de SCOP.

*le think tank des patrons bretons*

La vision de l'Institut est la suivante : la Bretagne a un futur et nous voulons jouer un rôle dans la construction de ce futur. Il faut préparer les décideurs économiques aux stratégies bretonnes, dans un univers mondialisé.

**Que voulait dire être breton au début du XXe siècle et qu'est-ce que cela signifie au début du XXIe ?**

Il y a cent ans, être breton, cela voulait dire porter les stigmates de l'arriération. C'était parler une langue pour les cochons. C'était la misère matérielle et intellectuelle, avec l'émigration pour seule issue. La Bretagne n'avait rien et n'était rien.
La haine et le désespoir de certains Bretons furent une réponse au mépris français ; ce fut la période des Breiz Atao. Après la guerre 39-45, l'espoir a enfin surgi avec la révolution agroalimentaire, l'exportation de poulets et l'ouverture au monde, le renouveau musical. Ce furent des années de revendications, à la fois économiques, culturelles et politiques. La Bretagne s'est réappropriée sa culture et s'est reconstituée un capital économique, en particulier dans l'agroalimentaire ; désormais nous avons un patrimoine à défendre. Dans un contexte où les crises internationales se succèdent et où l'état français a perdu de sa puissance, le temps des stratèges est venu.

**Peut-on encore parler en 2012 d'identité bretonne ?**

Plus que jamais ! Autrefois, l'identité s'exprimait par une carte d'identité, des mentions de nationalité sur la paperasse administrative et des obligations de service militaire.
Maintenant, l'identité que l'on se donne n'est plus écrasée par l'identité octroyée par les autorités officielles. Elle s'exprime par mille choses, de l'usage des bretonnismes au petit autocollant « À l'aise Breizh » sur la voiture, en passant par les danses bretonnes ou la connaissance de notre histoire.
Avoir une identité, une culture, ce n'est pas seulement connaître un passé ; c'est aussi croire en un futur. Rêve et ose ! C'est un des mots d'ordre de l'Institut de Locarn.

**En quoi la Bretagne est-elle moderne si l'on admet qu'elle doit faire la synthèse entre une identité forte et un apport de gens qui souhaitent venir y habiter ?**

La Bretagne a aujourd'hui un petit côté, non pas moderne, mais postmoderne. Il y a dans ce pays, qui est le mien, un climat fantasque, des arts populaires qui s'expriment dans d'improbables chapelles, des individus décalés, des projets un peu fous comme celui de la Vallée des Saints, près de Locarn. Cette postmodernité, c'est celle de réseaux qui n'existent qu'ici. Outre Locarn, c'est « Produit en Bretagne », qui rassemble sous un même label des concurrents qui se retrouvent avec l'objectif commun de créer des emplois et de la richesse en Bretagne. Le label s'est récemment décliné en une marque commune à l'export, « Bretagne Excellence ».

**Pourquoi cet engouement pour une terre qui, géographiquement s'entend, est éloignée des centres de décisions, européens notamment ?**

L'engouement est pour une terre de nature et de culture un peu magnétique. Mais c'est aussi pour appartenir à une communauté virtuelle, considérée aujourd'hui comme festive et sympathique. Quant aux centres de décision, ils sont là où sont les décideurs. Le tissu économique breton est formé d'un ensemble de PME et de TPE, souvent très avancées technologiquement. L'objectif est de conserver les centres de décision en Bretagne alors que, compte tenu de la pyramide des âges, la moitié des PME vont changer de mains en 20 ans.

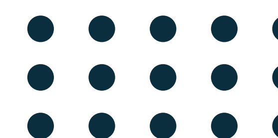
**On entend parfois parler de « diaspora bretonne » : comment expliquer l'attachement à leur région des Bretons de l'extérieur, ceux de Paris et d'ailleurs ?**

L'Institut de Locarn a contribué à la création de la DEB, la Diaspora Économique Bretonne. Il importe que tous les membres de la communauté virtuelle bretonne, où qu'ils soient, participent concrètement à la prospérité et à l'emploi dans la péninsule. Cela peut être en achetant des produits bretons. Cela peut être aussi en collaborant au réseau DEB.
Dans les années 50 ou 60, la diaspora représentait un mouvement de solidarité envers les nouveaux immigrants bretons, à Paris ou ailleurs. Désormais, ceux qui quittent la Bretagne ne fuient pas la pauvreté, mais partent à la conquête du monde. La solidarité n'est plus de même nature.
L'attachement à la Bretagne est différent. Mais il est tout aussi fort. Il y a chez nos jeunes globe-trotters, qui se sentent bretons d'abord, quelque chose comme l'exhortation du Président Kennedy : « Ne pensez pas à ce que votre pays peut faire pour vous ; pensez à ce que vous pouvez faire pour votre pays ! ».

*V. D.*









***Un climat fantasque, des arts populaires qui s'expriment dans d'improbables chapelles, des individus décalés, des projets un peu fous…***

# sans fard...

*Produit en Bretagne*,
la marque d'une région qui se démarque.

Le Quimpérois Jakez Bernard, préside depuis 2009 *Produit en Bretagne*, une marque déposée en 1993 par des entrepreneurs bretons.

**Quelle est l'origine de *Produit en Bretagne* ?**

C'est une marque régionale, inventée en 1993, par une poignée d'entrepreneurs bretons visionnaires. Ils faisaient le constat que l'éloignement des centres de décisions vers l'est de l'Europe, risquait d'éloigner le business de notre région.
L'idée première, c'était de dire aux Bretons, au travers d'un repère collectif, un logo, notre phare jaune et bleu : « Vous avez la chance d'avoir des produits de grande qualité, notamment dans l'agroalimentaire, le secteur à l'origine de l'initiative. Si vous commenciez par faire confiance à ces entrepreneurs pour acheter des produits préalablement sélectionnés pour leur sûreté, leur qualité ? »

**C'était une démarche identitaire ?**

C'était surtout un acte militant pour la Bretagne : « Vos achats sont vos emplois. Vous militez pour l'avenir économique de votre région ». Mais de vaines incantations sur le thème, parfaitement idiot au demeurant, de « Vous devriez acheter, c'est bon, parce c'est breton » auraient été vouées à l'échec. En revanche, il fallait que le produit soit bien fait pour être crédible. Vous ne pouvez pas prétendre conquérir l'extérieur, si vous n'êtes déjà pas bons chez vous.

*« Vos achats sont vos emplois »*

**Comment la marque a-t-elle évolué depuis sa création ?**

*Produit en Bretagne* ne s'est pas construite à grand renfort de slogans, de marketing, avec des budgets déments. La marque s'est développée pas à pas, sur la confiance des consommateurs, en étant rigoureuse sur la sélection.
Si le consommateur avait estimé que ça ne tenait pas la route, nous ne serions pas à un taux de confiance de 86%, dix-neuf ans après. À Paris et en Île-de-France, on est passé d'un taux de notoriété de 21% à 48% avec une progression de notre présence en magasins qui va de pair. Les médias nationaux s'intéressent à nous. C'est un sacré baromètre, quand on sait le regard condescendant que Paris peut avoir pour la province...

**Que faut-il faire pour pouvoir apposer le logo sur un produit ?**

Pas seulement sur un produit, nous avons étendu la marque à des entreprises d'ingénierie, du bâtiment, de service. La règle de base est que vous ne pouvez pas rejoindre *Produit en Bretagne* si vous n'acceptez pas de travailler avec votre concurrent.
Nous ne faisons pas de recrutement, nous n'allons pas chercher les gens. Il faut que l'entrepreneur soit demandeur. Adhérer signifie accepter les règles et les chartes de la marque et justifier son désir de nous rejoindre devant une commission. C'est un état d'esprit. Ensuite, même adhérent, pour les produits alimentaires notamment, il faut demander le « logo » produit par produit auprès d'une commission dédiée. La fabrication est alors auditée.

< Jakez Bernard






## Le Phare jaune et bleu comme emblème.

La marque est créée en 1993 à l'initiative de quatre entrepreneurs bretons : Jean-Claude Simon (Even), Claude Pujol (Leclerc), Jean-Marie Le Gall (Saveol) et Jean-Yves Chalm (Le Télégramme). Elle finance ses actions de promotion avec la cotisation de ses membres.

**300 entreprises membres**, dont la moitié de moins de 50 salariés pour un total de plus de 100 000 salariés (46% de plus qu'en 1994) et un poids économique de plus de 15 milliards d'euros (88 % de plus qu'en 1994).

**3 400 produits** (alimentaires, textiles, culturels, végétaux), tous vérifiés, ont droit au logo. Ils doivent être issus, pour la plus grande partie de leur valeur ajoutée, d'entreprises basées dans l'un des cinq départements (Loire-Atlantique comprise) de la Bretagne historique.



*Encouragé par le titre décerné à ses Bouchons, **Ronan Le Floch** et ses pâtissiers lancent un quatre-quarts breton à la crème de caramel, **le Carabreizh**.*

**Vous continuez de séduire de nouveaux adhérents ?**

L'an dernier, nous avons été consultés par 145 entreprises. On en a fait adhérer 44. Ça n'est pas une course à l'armement. Si les gens adhèrent à la démarche, parfait. S'ils n'y adhèrent pas, tant pis. Il vaut mieux une véritable cohérence que de se fixer un objectif de tant d'entreprises à un horizon donné, ce qui n'aurait d'autre sens qu'une fuite en avant.

**Qu'ont à y gagner les entreprises adhérentes ?**

C'est à elles qu'il faut poser la question ! Mais je vois bien que certaines ont progressé en terme d'emplois, ont pénétré certains marchés comme la grande distribution. Et puis c'est l'appartenance à un réseau, à une démarche collective de développement économique de la région. Plus on chasse en meute, plus on a de chances de réussir.
Un adhérent ne vend pas son âme au diable en rejoignant *Produit en Bretagne*, il vient parler d'abord, échanger avec d'autres entrepreneurs, parler le même langage. Ça va bien au-delà du business proprement dit.

**Comment expliquer que cela ait marché en Bretagne ?**

Il est normal qu'une région à forte identité puisse se prévaloir d'une économie dynamique avec des gens qui entreprennent dans un climat sain, de confiance, de bonnes relations. C'est ce que nous reconnaissent les entreprises étrangères implantées dans notre région. En Bretagne, on construit sur un socle.
Cela vient de notre histoire, une terre de travail en commun, de mutualisme, de coopération. Toutes les régions n'ont pas cette habitude de travail en commun. Certaines nous demandent notre recette. Nous sommes prêts à la partager.

*« Plus on chasse en meute, plus on a de chances de réussir »*

**C'est donc tout sauf du repli dans une économie de toute façon mondialisée ?**

C'est tout sauf ça en effet. Il y a des pays qui affichent leur savoir-faire, le fameux « Deutsche Qualität » de la pub, l'origine de leur produit, de leurs entreprises. Pourquoi les autres et pas nous ? C'est un signe de ralliement au contraire. Des régions nous envient cette marque.
Il y a un *Produit en Bretagne* parce que le « made in France » n'existe pas. Or je rêve d'un « made in France » qui serait la somme des « made in région ». *V.D.*

## Accélérateur de notoriété
pour le Bouchon breton

**La Pâtisserie de l'Odet** commercialise une gamme de gâteaux maison, sous la marque Mad é Breizh, « C'est bon, c'est breton ». En 2011, cette entreprise artisanale a élaboré une nouvelle recette, le Bouchon breton, un gâteau au beurre entre la madeleine et le quatre-quarts, élu **« Meilleure nouveauté 2012 » par *Produit en Bretagne.***
« Toute notre gamme de gâteaux et brioches était déjà estampillée *Produit en Bretagne.* L'été dernier nous avons soumis trois nouvelles recettes dont le Bouchon, passé au crible d'un jury de 330 consommateurs, 45 chefs de rayons et 15 chefs cuisiniers. La grille d'évaluation repose sur les qualités gustatives, mais aussi la présentation. Il faut tout justifier, c'est du sérieux », détaille Ronan Le Floch.
« Pour un jeune repreneur comme moi, c'est un formidable élan de notoriété. Primé, notre produit a bénéficié de relais dans la presse régionale, dans des magazines professionnels de la grande et moyenne distribution comme *Linéaire* ou *le Manager de l'alimentaire.*
Côté grand public, il y a tous les catalogues promotionnels, dont le tract multi-enseignes de *Produit en Bretagne*, « Fêtons la Bretagne ». Une petite société comme la mienne est tout de suite plus écoutée, surtout dans un contexte économique où on met en avant la nécessité de relocaliser. Il y a des enseignes chez lesquelles je n'étais pas présent l'an dernier et qui vont me référencer cette année ». *V.D.*

# Pensées créatives



## Les oiseaux de lumière

***Partir, aller toujours plus loin, découvrir, capter les paysages, sentir les gens et les choses, vivre en liberté.***

Il y a eu la Norvège, les Pays-Bas, puis la Bretagne, mon berceau natal, avant de mettre les voiles sur l'Atlantique en famille pendant un an. Quand on vit une telle aventure, on se rapproche inévitablement de la nature. On vit à son rythme : on doit tenir compte des marées, des vents, et de la lumière du jour. On réagit à son environnement : on découvre des paysages, la faune, la flore, à différentes heures du jour et de la nuit. Après la traversée de l'Atlantique, qui avait duré 15 jours, la première chose que j'ai dite à mes enfants c'était : « Écoutez les oiseaux, c'est extraordinaire ! » À mon retour en Bretagne, en septembre dernier, est née la collection Envol. Graphiste-illustratrice et designer, j'ai voulu créer un objet qui symbolise mon expérience. Un oiseau de papier moulé a pris naissance entre mes mains et la lumière est venue l'apprivoiser en douceur. Délicatement posé sur une tige en inox alimentée par des leds 360°, comme prêt à prendre son envol, l'oiseau-lampe dispense un halo lumineux créant une atmosphère chaleureuse et rassurante. Alliance de poésie et de technicité, chaque pièce est unique.

*Cécile Gouy*

*©Cécile Gouy*

***> Cécile Gouy - 06 13 84 81 12 - gouycecile@orange.fr***



*Irène Svensson*

*©Living Galerie*

***> Living Galerie [VUE SUR MER]***
***© Saint Malo intra-muros***
***4 rue des Merciers - 02 99 40 04 88***
***www.livinggalerie.com***

## Living Galerie

***Routes et voyages déco, d'Ouest... en Ouest...***

Trois signes précis marquent le parcours d'Irène Svensson, cette Parisienne des 6e et 14e arrondissements... devenue créatrice déco dans Saint-Malo intra-muros : ses origines scandinaves, (mère suédoise, côté Malmö, Göteborg), sa passion pour les Îles (les Scilly, Yeu, Oléron...) et tous les vents d'Ouest, de Stockholm à Essaouira... De ces influences va naître un ton personnel, simple, sobre, mais tonique et inventif.

Jusqu'en 1992, pour Irène, l'Ouest de Paris donne justement le tempo, avec l'apprentissage des gammes déco, exclusivement Rive Gauche : Saint-Placide, Saint-Germain... Irène Svensson élabore ici sa vision d'un design épuré. L'œil s'exerce déjà, avec finesse et subtilité : équilibre de la forme et de la fonction, maîtrise du style, travaillé jusqu'à l'essentiel.
En 1992, direction l'Ouest marin, la Bretagne. Les granits, les sables, les dunes, les caps... entrent dans le champ d'inspiration : c'est le lancement, à Saint-Malo, de *Vue sur Mer*, une marque, une boutique et une ligne d'objets déco inédite, différente. Très vite, l'empreinte particulière de la créatrice se révèle : expositions à Scènes d'intérieur, Maison et Objet, diffusion des créations en France, en Europe... Présentations aux États-Unis et au Japon. Irène multiplie les idées, les recherches de matières nouvelles ou détournées : le caban, la toile de ciré ou de voile, le lin brut... 2007 : ouverture de *Living Galerie*, sur le même lieu, dans la rue branchée de Saint-Malo. Irène Svensson y développe ses principes : décor gris glacier, mise en situation raffinée des créations, atmosphère douce et chaleureuse.

L'objectif est clair : être l'adresse de référence où vont se décliner avec bonheur les arts de la table, de la cuisine, du bain, de la chambre... des idées exclusives indoor et outdoor.
Les fans de la déco et de l'objet, en voisins très proches ou venus du bout du monde, de Californie ou même de Nouvelle-Zélande, s'y retrouvent pour imaginer un «home» hors des courants battus, vitaminer leur environnement personnel, repérer l'idée neuve, à part... Illustrations de la signature design Irène Svensson : la ligne des trousses fruits de mer, huîtres ou crustacés, le gant à huître, les serviettes « numérotées » et «humeurs», le sac «Merci maman...», les tabliers «Cirés marin, rouge, bleu, jaune..», « Couverts in black »...

Le boulevard Montparnasse vous accompagne jusqu'aux remparts malouins, et le quai Duguay-Trouin à Saint-Malo donne sur le quai d'Orsay parisien : la vision *Living Galerie* se nourrit de ces routes et de ces voyages d'Ouest... en Ouest.





# Hénaff is enough !



*©Emmanuel Pain*

*Loïc Hénaff*




Quel est le point commun entre Gérard d'Aboville et Charles Claden, Erik Orsenna et Xavier Leclercq ? Une petite boîte ronde en acier, avec une étiquette où dominent le jaune et le bleu. Celle du pâté Hénaff, « le pâté du mataf ».

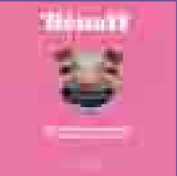
**Pour le président du Conseil supérieur de la navigation de plaisance**, qui traversa jadis l'Atlantique et le Pacifique à l'aviron, «celui qui s'aventure en mer sans pâté Hénaff s'expose aux pires dangers : la tempête le guette, le scorbut est probable, la mutinerie certaine ! ». Recevant une délégation de sauveteurs en mer, le commandant de l'Abeille-Bourbon, surnommé Carlos, a passé une commande spéciale pour faire déguster cette spécialité incontournable à ces hôtes étrangers.
Quant à Erik Orsenna, l'académicien globe-trotter, ce sont sans doute des souvenirs de régates au large de Bréhat qu'éveillent les effluves du merveilleux pâté. Enfin, évoquant son enfance, l'ancien patron de Brit Air, qui transporta tant de Bretons vers Paris, a cette parole définitive : « Je ne connaissais même pas le foie gras, et il ne me manquait pas !».
Il n'est pas surprenant, dans ces conditions, que tous ces illustres Bretons (de cœur ou d'adoption) fassent partie du club des amoureux du pâté Hénaff, fondé en mars 2006. Aux dires de Loïc Hénaff, arrière-petit-fils du fondateur, il n'est point besoin de montrer patte blanche pour faire partie de cet illustre aréopage. Il n'y a pas de cotisation mensuelle, ni de parrainage complexe. Non, il suffit juste d'aimer le pâté et de le clamer haut et fort. Mais il vaut mieux être un tout petit peu célèbre car la PME familiale, établie depuis près d'un siècle à Pouldreuzic, entend bien s'en servir comme d'un outil marketing.
N'a-t-elle pas décliné la marque sous bien d'autres formes ? On peut ainsi goûter des sardines et des pâtés de foie, de la langue de bœuf ou des saucisses, des tomates farcies ou des rillettes, le tout estampillé Hénaff. Mais les connaisseurs, les vrais, les puristes, s'enthousiasment surtout pour l'antique pâté. « Cette fidélité à notre produit phare, c'est de l'or en barre, souffle le descendant de Jean Hénaff. Mais nous aurions tort de ne pas en profiter pour faire connaître nos produits dont les qualités nutritionnelles sont injustement méconnues ».

*« ...le pâté du mataf...»*




### La madeleine de Proust

Qu'il se rassure, ses gammes connaissent un succès mérité. Reste que seul le pâté du mataf jouit d'une aura qui dépasse le cadre breton. Déjà, Georges Brassens s'en faisait livrer des colis entiers qu'il boulottait sur le port de Sète. Et tant de marins, tant de capitaines, de pleine mer ou d'eau douce, le dégustent avec ferveur. Tant il est vrai que le pâté Hénaff est la madeleine de Proust du Breton exilé à Paris, son élixir de jouvence, son cri de ralliement. Comment prononce-t-on Hénaff en anglais ? Enough !



*M.N.*


©Appolia


Vincent Vallée
PDG d'Appolia

# La céramique culinaire prend des couleurs

Quasi centenaire, la société Appolia applique des recettes ancestrales pour développer des gammes actuelles, avec un souci de qualité et de recherche.
Avec son duo de dirigeants, Vincent Vallée et Paul Guillou, c'est une entreprise qui développe fortement ses implantations à l'étranger.

**Déjà présente plusieurs siècles** avant notre ère, la poterie culinaire est un marché toujours en développement.
La technique est ancestrale, la base est une pâte constituée de kaolin, d'argile blanche, de Feldspath. La pâte ainsi obtenue à une faible porosité et garantit une utilisation culinaire optimale. Elle ne craint ni le chaud ni le froid, certaines gammes peuvent être directement en contact avec la flamme. C'est l'alchimie du dosage qui fait le savoir-faire d'une société. La cuisson est elle aussi primordiale.
La couleur émaillée est posée avec de la poudre de verre et des pigments d'origine naturelle. Les couleurs sont infinies. Tout l'art du céramiste consiste à choisir des pigments qui résistent dans le temps, et telle la palette du peintre il faut réussir à élaborer les gammes chromatiques en fonction du style à apporter à la poterie, un véritable cahier de style est établi.
Appolia mixe les créations en interne, et fait appel à des designers pour des inédits. Comme dans la mode, il existe des collections annuelles, et l'entreprise est toujours en démarche d'amélioration de la gamme. Les formes sont étudiées pour leur aspect esthétique mais aussi pour leur ergonomie.


©Appolia

La société est présente sur le marché international depuis 2003, avec de belles percées aux États-Unis, en Grande Bretagne, en Italie...
Appolia développe également des gammes pour de grandes marques de distributeurs en qualité de sous-traitant. Son circuit de distribution varie selon les pays : la vente directe en boutiques pour la France et les réseaux de distributeurs pour les autres pays.

**C'est aujourd'hui la seule société française de cette ampleur à produire exclusivement en France, en Bretagne pour être plus précis.**

La collection se décline principalement en cinq gammes : Gaia, Délice, Terre et Flamme, Saveurs et Provençale. La force d'Appolia est de développper un grand nombre de références, déclinées dans une large palette de couleurs. Chacun peut construire son ambiance. Très esthétique, la poterie a sa place sur les plus jolies tables, de l'apéritif au dessert. Un grand choix d'assiettes, de plats de présentation et de cuisson... On mange déjà avec les yeux ! Le plaisir de recevoir prend tout son sens avec des contenants aussi alléchants.

Des modèles de plancha et de porte-brochettes ont été créés l'année dernière, pour une cuisson saine, précise et optimale.

Promenade à travers les sens, cuisson optimisée, préservation des saveurs : les chefs ne s'y trompent pas, en redécouvrant les vertus des diverses cuissons offertes par la poterie culinaire. Gageons que grâce à son département recherche et développement, la société Appolia nous réserve encore de belles surprises.

*V. P. G.*

CULTURE

# l'art
## dans les chapelles




## Le divin contemporain




**Quand l'art contemporain et le patrimoine religieux entament un dialogue décalé dans les chapelles du Morbihan.**

*L'art dans les chapelles* est une initiative qui a pu surprendre à ses débuts, il a plus de 20 ans. Elle convie des artistes plasticiens contemporains à investir les édifices religieux de la campagne morbihannaise en y installant des œuvres originales. Des créations éphémères qui s'inscrivent dans l'espace et la temporalité des lieux et font vivre les vieilles pierres autrement, voire redonne vie à un patrimoine parfois laissé à l'abandon. De l'idée initiale, l'œuvre évolue quand les artistes se trouvent confrontés à la réalité du lieu. Ces contraintes sont alors sources d'inspiration et les installations se nourrissent de la dimension religieuse, de l'architecture et de l'histoire propre à chaque chapelle.

*www.artchapelles.com*



## Des Arts & des Hommes

Rencontre avec le réalisateur Philippe Orreindy



**Au fil du temps**, la manifestation a su s'ancrer dans le paysage de la vallée de Blavet, jusqu'à devenir un incontournable de l'été. En 2011, plus de 130000 visiteurs ont parcouru les 25 sites et les 250 km de circuits qui invitent à une découverte insolite. Sous ces chiffres bruts, il y a des hommes. Car *L'art dans les chapelles* est avant tout une histoire de rencontres. Celle du patrimoine et de l'art contemporain bien sûr, mais surtout celle des artistes et des bénévoles, des gens du coin que l'idée n'enthousiasmait pas forcément au début ! Cette rencontre de deux mondes, qu'on pourrait parfois qualifier de « choc des cultures », Philippe Orreindy l'a filmée avec l'œil bienveillant de celui qui aime les gens. Pour son premier documentaire en images réelles, le réalisateur a privilégié la dimension humaine et nous dévoile les coulisses de la manifestation. ***Des Arts et des hommes***, sélectionné au dernier festival du film européen de Vannes, est en quelque sorte le making-off de l'œuvre de Slimane Raïs. Né en Algérie, l'artiste qui vit et travaille en France, a été accueilli en résidence l'été dernier. Avec l'aide des habitants, il a symboliquement tourné la bucolique chapelle Notre-Dame-des-Fleurs vers La Mecque, mû par la volonté de « composer avec l'inattendu pour créer des espaces de rencontre ». Et c'est bien là l'esprit qui anime cette manifestation, qui a su interpeler au-delà des frontières et susciter l'intérêt de la Fondation du patrimoine du Québec.

**La 21e édition de *L'art dans les chapelles* est à savourer du 6 juillet au 16 septembre 2012.**

*philippe.orreindy.free.fr*

# Une galerie tendance



Librairie Ravy



H&M



Christine Laure

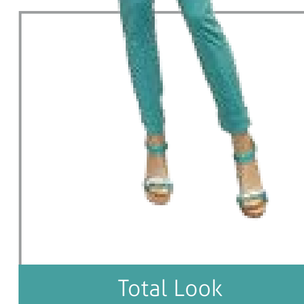
## Le passage du Chapeau rouge au cœur du Quimper historique

**Dans un quartier en pleine mutation** avec médiathèque, centre contemporain et futur centre des congrés, il fait bon flâner dans cette galerie à ciel ouvert, en lieu et place des beaux-arts. L'accueil est le maître mot chez les enseignes qui ont sû allier modernité et convivialité.





Freeman T. Porter



Total Look



Marionnaud



©Grand Optical

Grand Optical



L.M.V



Best Mountain



Esprit



Minelli

Armor Lux
# la fibre créative

**Non, l'industrie textile française n'est pas vouée à disparaître quand elle n'est pas délocalisée en Chine ! Si l'on songe que le coût de la main d'œuvre peut représenter jusqu'à 60 % du prix d'un vêtement, on mesure la performance réalisée par Jean-Guy Le Floch et Michel Gueguen, qui dirigent Armor Lux depuis 1993 et ont permis à l'entreprise quimpéroise de quadrupler son chiffre d'affaires en vingt ans quand tant d'autres ont mis la clé sous la porte pendant cette période.**

**Pourtant**, lorsqu'ils décident de racheter l'affaire, la partie est loin d'être gagnée. « Armor Lux possédait un véritable savoir-faire dans le travail de la maille circulaire, mais son modèle économique était dépassé, se souvient Jean-Guy Le Floch. Si l'on n'élargissait pas le périmètre de l'entreprise, elle était condamnée.»
Le pari est risqué, mais les deux hommes, qui ont tous deux été formés à l'école de Vincent Bolloré, décident de le relever. D'abord en développant de nouvelles marques : *Terre et Mer* en 1994, qui s'adresse uniquement aux femmes, *Armor Kids* pour les enfants de 3 à 14 ans en 1997 et deux ans plus tard, *Armor Baby*, qui vient compléter la gamme. L'an dernier, Armor Lux a sorti 1 500 nouveautés, soit quatre fois plus qu'il y a vingt ans !

> *« ...toujours à la recherche de nouveaux horizons... »*

Ensuite en rachetant à tour de bras des entreprises du secteur : Guy de Bérac, qui travaille la maille circulaire, puis un fabricant de pulls celtes, Britain Stock et enfin la société Bermudes de Nancy, qui se spécialise dans le vêtement de protection. Grâce à ces rachats, et à quelques autres, l'entreprise propose à ses clients une panoplie complète de vêtements. Le tout accessible dans un réseau d'une soixantaine de boutiques, dont près des deux tiers en périphérie des grandes villes.

Forte de ce savoir-faire reconnu et dotée d'une usine ultramoderne mise en service en 2004 sur un site de 6 hectares (un investissement de 7 millions d'euros rendu nécessaire par les graves inondations qui ravagèrent Quimper en 2000), Armor Lux peut partir à la conquête de nouveaux marchés. Cette même année 2004, la Poste lui confie l'habillement de ses 130 000 agents en contact avec la clientèle.
Trois ans plus tard, c'est au tour de la SNCF et d'Aéroports de Paris de lui commander la fabrication de nouvelles tenues pour leur personnel. Enfin, en 2008, les 110 000 policiers revêtent des uniformes siglés Armor Lux et portent haut les couleurs de la Bretagne.

Toujours à la recherche de nouveaux horizons, Jean-Guy Le Floch affiche sa confiance dans l'avenir. « Nous devrions franchir le cap des 90 millions d'euros de chiffre d'affaires cette année », assure l'entrepreneur, qui n'est pas peu fier d'avoir pu maintenir plus de la moitié de la production en France. Le nouveau Président de la République a annoncé l'embauche de 60 000 enseignants à l'horizon 2017. Dommage qu'ils ne portent pas l'uniforme...
*M. N.*







# Investir ou habiter
# les meilleures opportunités !

**De magnifiques programmes** sont en train d'éclore le long du littoral. En accession, en résidence secondaire ou en investissement, les offres de qualité ne manquent pas. La rédaction de Ouest a questionné les professionnels de la promotion immobilière et de la construction sur l'état du marché, sans oublier un point sur le marché parisien au travers du programme « Paris Open » qui intéresse les Bretons souhaitant investir la capitale.

Paris • Finistère • Ille-et-Vilaine • Loire-Atlantique • Morbihan • Côtes-d'Armor

# Thalasso, casino, Larmor-Plage la joue balnéo chic

## LA BONNE ADRESSE

### CRÊPERIE BOO

***La bonne surprise !***

Au Boo, on est loin des clichés de la crêperie, et c'est tant mieux ! L'atmosphère lounge du bar, la déco baroque et feutrée des salles : le cadre est aussi cosy et soigné que la carte est inventive. Les galettes et crêpes sont délicieuses et se montrent parfois audacieuses. Osez l'inattendu, et célébrez le mariage réussi du bacon, des pruneaux et du roquefort ou celui du camembert avec le caramel au beurre salé par exemple !

**2 rue Marine • 56260 Larmor-Plage**
**02 97 65 54 75**

## MANIFESTATIONS

**13/07/2012**
**MARCHÉ DES CRÉATEURS**
***(créations originales)***
de 16h à 22h à Port Maria.

**15/07/2012 et 12/08/2012**
**MARCHÉ DE LA PEINTURE À PORT MARIA**

**Du 18/07 au 19/08/2012**
**EXPOSITION D'ÉTÉ DES ARTISTES**
***thème « Chantier naval »***
De 10h à 12h30 et 15h à 19h30
à la salle des fêtes.

**Du 11/07 au 13/07/2012**
**FESTIVAL JAZZ MINIATURES** (5e édition)

**Du 1 au 10/08/2012**
**et du 14 au 23/08/2012**
**STAGE DE SCULPTURE EN BRONZE**
***avec Ousmane Dermé***
ousmanederme-sculpteur.com

# Une perle rare...

**Plus de 2 000 heures de soleil par an...** Larmor-Plage pourrait bientôt rivaliser avec les taux d'ensoleillement du Sud-Ouest de la France. Mais la petite ville du Sud-Morbihan (8 700 habitants) dispose d'un autre atout maître : un environnement privilégié à l'entrée de la rade de Lorient.

Vue imprenable sur la citadelle Saint-Louis, ouvrage fortifié édifié au XVIe siècle de l'autre côte de la rade, panorama sur le port de Lorient, et, côté océan, une perspective à 180 ° sur l'Île de Groix : peu étonnant que l'ancien village sardinier ait mué en petite cité balnéaire chic et courue.

Les Lorientais en goûtent les charmes en voisins, ils ne sont pas seuls. À 5 km de la ville-centre, desservie par une voie rapide, Larmor, devenue Larmor-Plage pour en pas être confondue avec sa « cousine » du Golfe Larmor-Baden, n'a pas usurpé son nom.

Sur ses six kilomètres de littoral, la cité en déroule trois de plages de sable fin dont une partie jouxte le centre-bourg. Quelques restaurants ont même le privilège, rare en Bretagne, de déployer d'avenantes terrasses à hauteur du front de mer. Un presque déjeuner sur la plage.

En favorisant le tourisme, la petite ville à 15 minutes de la gare TGV de Lorient, ne trahit en rien sa vocation maritime. L'anse de Kerguelen abrite à la fois une école de voile réputée et un spot recherché par les windsurfeurs et kitesurfeurs.

Pour en préserver l'authenticité, le conservatoire du littoral a sanctuarisé cet espace dunaire autour de deux anciens marais en y abritant un parc océanique de 82 hectares de faune et de flore maritime.

C'est au nord du centre nautique que Larmor s'apprête à parachever sa vocation balnéaire. Un terrain de quatre hectares est dévolu à un projet de complexe de thalassothérapie de 2 000 m². Trente ans, dit-on que Larmor en rêvait. Il doit devenir réalité d'ici le printemps 2015. Le centre de soins d'une capacité d'accueil de 150 curistes par jour sera complété par un hôtel quatre étoiles (190 chambres), 70 studios, 80 villas et une quarantaine de maisons individuelles.

Larmor-Plage fait partie des villes les plus prisées de la côte sud. Vous y croiserez du beau monde. D'ailleurs, elle entre dans le palmarès des plus hauts revenus par habitant de la région depuis plusieurs années. L'offre immobilière y est rare et les beaux emplacements sont pris d'assaut par une clientèle huppée.

Comme pour jouer définitivement dans la cour des destinations balnéaires qui comptent, Larmor-Plage s'est portée candidate à l'accueil d'un casino. Les jeux ne sont pas encore faits, mais qui dit mieux ? *V. D.*

# Les thalassos dopent le littoral

Nord ou Sud, les côtes voient éclore de superbes installations qui offrent de belles opportunités d'investissement.

## Concarneau entre dans la cour des grands

Tout ici est dédié à la mer. Berceau de la cité marine érigé sur un îlot rocheux au XIVe siècle, la ville close exerce aujourd'hui encore sa fascination d'antan avec ses maisons à pans de bois, ses places et ses jardins fleuris.
Au printemps 2011, un coup de tonnerre est venu réveiller la belle endormie avec l'accord du permis de construire du projet de thalasso.
Depuis, les Concarnois sceptiques font profil bas car le chantier avance à vive allure. Oui, la thalasso de Concarneau devient réalité. Après des années de tergiversations, la volonté farouche du Maire a fini par payer. Il fallait trouver le partenaire aux reins solides pour porter un projet d'une telle ampleur (c'est le groupe Eiffage qui sera retenu). Imaginez, un programme de près de 200 logements, une thalasso, un restaurant... C'est un véritable pôle touristique animé par le très sérieux groupe HMC qui va voir le jour courant 2013. Il faut dire que le site ne manque pas d'atouts. Une plaine dégagée de près de 5 hectares a permis à l'architecte de poser des bâtiments élégants s'articulant autour du centre de remise en forme et des piscines. À quelques mètres s'offre à vous la plage des Sables blancs et son club nautique prolongés par un chemin longeant la côte. À quelques encablures, le centre commerçant, la ville close et le port de plaisance. Le projet doit être livré courant 2013, la commercialisation des appartements est presque terminée. Il n'en reste que quelques uns à vendre, avis aux amateurs.



©Delcampe.net

## Pléneuf Val-André, la station qui monte, qui monte...

Le Val-André : le nom évoque l'atmosphère des premiers bains de mer, quand les élégantes cheminaient dignement sur la digue-promenade, laissant aux gouvernantes le soin de surveiller les enfants sur la plage. La station balnéaire a été créée de toutes pièces en 1880 quand Charles Cotard, collaborateur de Ferdinand de Lesseps, tomba sous le charme de la grande anse du Val en Dret. Entrepreneur avisé, il décida alors de bâtir, au long de la superbe plage de sable fin, une station balnéaire qui n'aurait rien à envier à ses prestigieuses voisines. En quelques années, villas et hôtels seront édifiés en front de mer.
Aujourd'hui si la station a conservé le charme de la Belle Époque, elle se pare aussi de tous les atouts pour séduire une clientèle touristique toujours plus exigeante. L'ouverture du très luxueux Spa Marin en décembre dernier a donné le top départ et tous les acteurs du tourisme bougent ensemble pour proposer une offre complète et de qualité. Ainsi le golf, classé parmi les plus beaux d'Europe et célèbre pour son trou n°11 qui part du haut de la falaise, vient de se doter d'un véritable club-house : tout nouveau, tout beau avec terrasse vue sur mer, carte alléchante et cadre soigné. La terre battue du Tennis Club de l'Amirauté s'apprête à accueillir début août un tournoi international. Le casino, après avoir relooké son restaurant La Rotonde et son lounge bar, met désormais à l'affiche des spectacles tout au long de l'année. Le centre nautique vient lui aussi de se refaire une beauté. Et l'ouverture du Grand Eméraude, la résidence hôtelière étoilée qui sera construite en lieu et place du Grand Hôtel, contribuera à faire du Val-André « a place to be ».

Pléneuf Val André (Côtes-d'Armor)

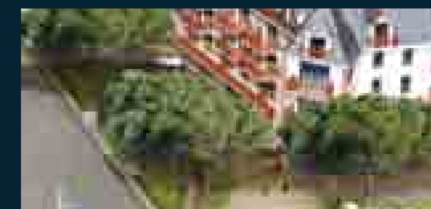
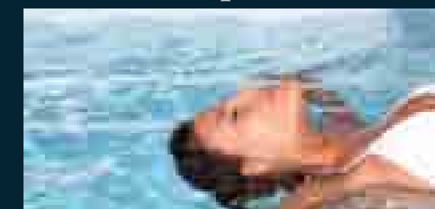
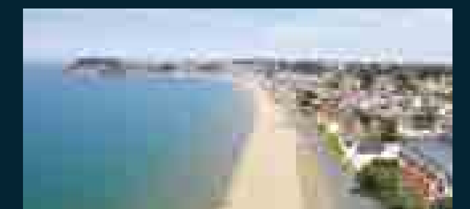
# Grand Emeraude

Luxury Resort

www.grand-emeraude.com



## 72 appartements de haut standing du T1 au T3

| Côté cour | Côté piscine | Côté mer |
|---|---|---|
|  |  |  |
| à partir de **120 000 €** HT* | à partir de **155 000 €** HT* | à partir de **173 000 €** HT* |

Résidence de tourisme classée | Piscine chauffée | Restaurant | Espace détente & bien-être (hammam, fitness...)

Illustrations non contractuelles - 3D : ARKA STUDIO

Promotion : EIFFAGE IMMOBILIER OUEST   Commercialisation : MeilleurImmobilierNeuf Expertise et Sélection Immobilière   Gestion :

Informations au bureau de vente ou au **0 800 06 90 06**
APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

* Conditions sur demande au 0 800 06 90 06

# à l'abordage !

## La cité corsaire se prépare à l'arrivée du TGV


©Fotolia

LA BONNE ADRESSE

**TIMOTHY**

***Les gourmands seront servis !***



**Crêperie • Restaurant • Salon de Thé**
**Pâtisserie maison • Maître Glacier**
*7 rue de la Vieille Boucherie*
*Saint-Malo intra-muros*
*02 99 40 35 36*

MANIFESTATIONS

**TALL SHIP'S RACE**

***Course internationale des Grands Voiliers du 5 au 8 Juillet 2012. Saint-Malo est une des 5 villes étapes.***

**CHAR À VOILE**

***Championnat du Monde de char à voile à Cherrueix du 8 au 15 Juillet 2012.***

**TRANSAT Québec/Saint-Malo**

***Départ du Québec le 22 juillet et arrivée prévue début août à Saint-Malo.***

**En mai**, le célèbre site de voyageurs Tripadvisor a classé Saint-Malo au 10e rang des destinations françaises les plus prisées. 96 % des internautes consultés connaissent Saint-Malo. La ville de la Côte d'Émeraude (50 600 habitants) talonne Saint-Tropez ! « Si les touristes la plébiscitent, c'est parce qu'ils ont apprécié leur séjour ici. Pas seulement, le patrimoine, mais aussi l'art de vivre », analyse la directrice de l'office de tourisme.
C'est peu dire que la cité corsaire n'effraie plus grand monde. Mieux, l'été, elle multiplie sa population par quatre (200 000 habitants), répartie dans ses hébergements saisonniers, mais aussi dans ses près de 20 000 résidences secondaires.

> *« Si les touristes la plébiscitent, c'est parce qu'ils ont apprécié leur séjour ici. Pas seulement, le patrimoine, mais aussi l'art de vivre »*

L'arrivée du TGV, terminus Saint-Malo, devrait accentuer ce tropisme malouin. La ligne à grande vitesse mettra Paris à 2 h 30 de la sous-préfecture d'Ille-et-Vilaine. La barre psychologique de 3 heures de trajet qui décourage les courts séjours sera pulvérisée...

Saint-Malo en attend de légitimes retombées comme une délocalisation d'entreprises de la région parisienne ou des créations in-situ. Après tout, l'Insee (Institut national des statistiques économiques) en a fait, dès 2006, l'une des 70 zones françaises à forte attractivité économique.

Taillée pour le grand large, la ville s'ouvre de surcroît des horizons maritimes alléchants.
On ne vient pas s'échouer à Saint-Malo, on y vient aussi pour gagner l'Angleterre ainsi que les îles anglo-normandes de Jersey et Guernesey.
Plus d'un million de passagers transitent chaque année par des installations portuaires, régulièrement remaniées. Un nouveau terminal croisière a récemment permis à la cité malouine de porter à 38 le nombre d'escales de paquebots.
En débarquant, ces visiteurs, étrangers pour la plupart, assurent à l'intra-muros et à l'économie locale, un panier moyen de dépenses non négligeable. La vieille ville leur ouvre ses portes sept jours sur sept, en toute saison. On peut toujours reprocher à l'intra-muros son côté « ville-à-touristes », point n'est besoin d'être né Malouin pour que le charme opère.

*V. D.*

# J'accède !



*Jean-Jacques Guth, directeur général de Bretagne Sud Habitat.*

## Une maison en bord de mer pour le prix d'un T2 à Paris.

**Avec sa nouvelle marque Primo 56, le principal bailleur social de Bretagne sud frappe un grand coup. Proposer des maisons clés en main avec jardin à moins de 200 000 euros, c'est l'objectif que s'est fixé l'organisme pour favoriser l'accession à la propriété du plus grand nombre. Mais comment est-ce possible ?**

*www.primo56.com*

**Comment faites-vous pour proposer des offres si attractives ?**
C'est simple, nous faisons bénéficier nos acheteurs de plusieurs avantages qui se cumulent : une TVA réduite, des prêts aidés et les avantages du PSLA (prêt social en location accession). D'autre part, ils bénéficient d'une exonération de taxe foncière pendant 15 ans ainsi que de frais de notaire réduits à 2,5 %.

**Tout le monde ne peut pas avoir accès à ces avantages ?**
En effet, mais il faut savoir malgré tout que 80 % de Français sont éligibles à ces dispositifs.

**Est-ce à dire qu'un couple avec deux revenus rentre encore dans les seuils d'attribution ?**
C'est un calcul à faire, mais la plupart du temps, ça passe.

**Pourquoi cette nouvelle marque ?**
Primo 56 est née de la volonté de Bretagne Sud Habitat de donner de la visibilité à ses actions et de renforcer ses missions « sociétales » pour l'accès à la propriété.

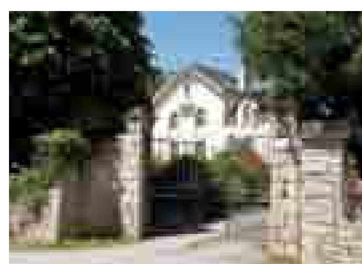
**Est-ce que vos constructions bénéficient de la même qualité que celles du secteur privé ?**
Bien sûr, nous apportons les mêmes gages de qualité, de suivi. Nous bénéficions aussi des labels BBC et il faut savoir que, chez nous, chaque maison est par exemple livrée avec son terrain engazonné et sa clôture : c'est du vrai clés en main !

**Combien de maisons et appartements sont en vente actuellement ?**
Nous proposons plus d'une centaine de biens sur l'ensemble du Morbihan.

**Vous avez même des biens de bord de mer ?**
Effectivement, pour ceux qui rêvent d'une maison sur le littoral, nous proposons actuellement trois maisons sur le petit port de Tréhiguier à Penestin. un endroit calme et paisible, facile d'accès. Un T4 avec son jardin est accessible à partir de 189 700 euros.

# Propriété d'exception

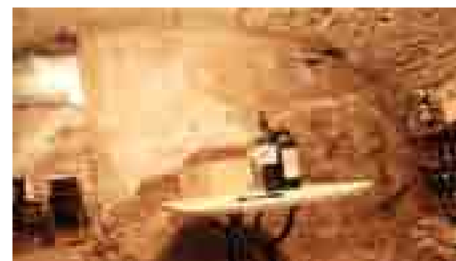
©Hélène Baron







**Imaginez** votre histoire familiale dans cette belle propriété datant de 1890. Descendez à pied vers une plage du **Golfe du Morbihan** pour découvrir le spectacle marin. Restaurée dans son parc clos de 4 600 m², elle offre aujourd'hui le confort moderne distribué dans dix pièces principales (350 m² habitables). Ont été conservés les parquets, les boiseries et la cave voûtée. Libre à vous d'imaginer la restauration des deux dépendances.



*Pour découvrir cette propriété contactez : Le Rouzic Immobilier au 02 97 47 81 81 www.lerouzic.com*

# Le confort du bois


André Stricot, responsable marché maisons individuelles

**Avec plus de 50 réalisations par an, Maisons IC Bois apparaît sans conteste comme le leader de la construction bois en Bretagne.**

**Fort de plus de 20 ans d'expérience,** IC Bois s'appuie sur les compétences d'une équipe de 80 personnes et sur un outil de production de proximité.
Comme le précise André Stricot, responsable marché maisons individuelles :

> *« La démarche constructive nécessite des moyens de production très structurés »*

Vous êtes accompagnés dans l'ensemble de vos démarches par un responsable de projet qui vous informe, étape par étape, de l'avancée de votre construction. Il est garant de la bonne exécution de la mission. Il coordonne et supervise les différents services de l'entreprise. Cette phase d'accompagnement et un savoir-faire technique reconnu constituent les points clés de la renommée de l'entreprise.
«D'ailleurs nos réalisations sont systématiquement sous couvert d'un contrat de construction de maisons individuelles avec dommage ouvrage. »
Quand on le questionne sur les évolutions du marché, André Stricot n'hésite pas : « La clientèle qui s'intéresse aux maisons en bois est très sensible aux notions de confort, de développement durable et de qualité. Toutes nos réalisations sont BBC et nous appliquons déjà les règles obligatoires à partir du 1er janvier 2013. »
Il ajoute même : « Nous ne sommes pas vraiment concurrents des constructions traditionnelles en béton, c'est une autre démarche ».
La Bretagne est en avance pour ce type de constructions et la demande reste soutenue pour IC Bois car précurseur dans le domaine de l'habitat passif. Les agences de Saint-Malo pour la Bretagne nord et de Ploëren pour le sud balisent le territoire.


www.maisons-icbois.com



## Maison individuelle

# Retour au pays

**Rencontre avec Jean-Jacques Menguy, dirigeant des Constructions Ty Gwenn.**

**Comment se porte le marché de la maison individuelle en ce moment ?**
2010 et 2011 ont été finalement des années correctes. 2012 s'annonce chaotique, avec des écarts importants d'un mois sur l'autre. Cependant, notre activité reste bonne car les clients, en période de troubles économiques, se tournent vers des sociétés présentes depuis longtemps sur le marché, et dont l'avenir est plutôt serein, ce qui est notre cas.

**Justement, vous œuvrez depuis près de 30 ans en Bretagne Sud, est-ce un marché particulier ?**
Oui c'est un marché particulier, car la demande est variée : résidences principales, résidences secondaires et résidences pour future retraite se partagent le marché. Le littoral est attractif, la région bénéficie d'une forte notoriété, la courbe démographique est croissante, et le Breton finit toujours par revenir au pays.

**Que recherchent les acheteurs aujourd'hui ?**
Ils recherchent une entreprise de confiance, qui réponde précisément à leurs attentes, dans un cadre juridique clair tel que le prévoit le CCMI (Contrat de Construction de Maison Individuelle).

**Vous êtes un acteur emblématique sur ce marché. Comment l'expliquez vous ?**
Depuis 1985, notre entreprise est restée familiale, soucieuse de sa notoriété, celle-ci est relayée par des clients satisfaits qui sont nos meilleurs « commerciaux ». De plus, nous pouvons compter sur leur fidélité : certains viennent désormais nous confier un nouveau projet, financé par la vente de la maison que nous leur avons réalisée il y a plusieurs années, ce qui est une marque de confiance importante.

**La clientèle parisienne est-elle significative dans vos demandes ?**
Oui, et elle représente une part en constante progression.

**L'approche des dossiers est-elle différente ?**
Bien sûr ! Les clients sont éloignés, nous avons donc un système de rendez-vous programmés au moment des vacances, l'envoi de photos du chantier aux moments importants, une disponibilité immédiate sur simple appel téléphonique, parfois même le contact avec un « relais » défini par le client (famille ou ami) sur place.

**Quels sont les profils des Parisiens qui achètent en Bretagne ?**
Les Bretons installés à Paris pour raisons professionnelles nous contactent pour deux motifs. Ils souhaitent édifier un pied-à-terre pour une résidence secondaire qui deviendra leur résidence pour la retraite.
Ou bien ils veulent réaliser un investissement locatif, pour se créer un patrimoine et/ou défiscaliser, dans une région qu'ils aiment, où le foncier est disponible et la plus-value assurée en cas de revente.






> VUE DEPUIS LE PROGRAMME PARIS OPEN <

## Vivre Paris

# différemment

### Lumière et qualité de vie sur 18 étages

**Avec des vues à couper le souffle sur Paris, un emplacement de premier choix et l'agrément du jardin Miro, « Paris Open » rencontre un véritable succès commercial au cœur de l'animation du 13e arrondissement.**

**Rencontre avec Laurent Baron, d'Emersons, commercialisateur du programme.**

**Le programme Paris Open fait beaucoup parler de lui en ce moment, comment expliquez-vous ce succès ?**
Vous avez la conjonction de plusieurs facteurs. C'est tout d'abord un programme d'envergure basé sur une réhabilitation ambitieuse et inédite. De plus, le groupe Eiffage Île-de-France a délibérément choisi de proposer un rapport qualité-prix imbattable.

**Sans transiger sur la qualité…**
Exactement, c'est aussi un programme de standing situé dans un emplacement de premier ordre. Jugez plutôt : des parquets massifs, des plafonds à 2,70 mètres, des cuisines aménagées, des carrelages et faïences Porcelanosa, des parties communes décorées, sans oublier pour tous les appartements les parkings et caves inclus. À Paris intra-muros, pour des tarifs compris entre 8 et 9000 euros le m² selon la typologie, vous avez du neuf de standing au prix de l'ancien (8 260 euros prix moyen au m² constaté dans l'ancien à fin mars, source Chambre des notaires).

**L'architecture sera marquante, est-ce un parti pris ?**
Effectivement, il s'agit d'une opportunité rare à Paris intra-muros de créer un immeuble de 18 étages offrant de telles vues dégagées. Le volume du bâtiment est rythmé par la façade imaginée par l'architecte Éric Chabeur avec ses écailles en aluminium pour tout d'abord profiter pleinement des apports solaires et aussi donner un caractère évolutif à l'esthétique de la façade. Cette « peau éthique », comme il la caractérise, « s'anime et participe au paysage dans son évolution diurne et nocturne ».

**Quels sont les points forts du programme ?**
Nos clients sont tout d'abord attirés par l'emplacement, en plein Paris, à deux pas du tramway, du métro et avec un accès rapide au périphérique.
Ils sont aussi sensibles à l'environnement. Le fait d'être en retrait de la rue est un atout, l'agrément du jardin Miro est la cerise sur le gâteau. D'autre part, quand ils découvrent les niveaux de prestations, ils sont agréablement surpris, sans parler des vues magnifiques sur Paris.

**Familles, accédants, investisseurs, à qui s'adresse ce programme ?**
La proximité des écoles et des facs, la tranquillité du quartier et la proximité de tous les services rendent attractifs l'emplacement pour des familles ou des urbains actifs mais, en fait, nous rencontrons tous les profils d'acheteurs y compris des investisseurs grâce à des montages fiscaux inédits (voir encadré) qui rendent très intéressante l'opération.

**Paris Open - 17 avenue de Choisy - 0 800 734 734 - www.paris13-open.com**

### Un montage fiscal et patrimonial inédit

**Investir dans Paris** intra-muros est un gage de pérennité mais rarement de rentabilité même avec le dispositif Scellier, car le plafond des 5 000 euros est pénalisant.

Nous préférons nous appuyer sur un montage fiscal nettement plus adapté. En effet, un dispositif peu connu mais existant depuis 1949 permet de ne pas payer d'impôt sur les loyers pendant une trentaine d'années. Ceci représente de solides avantages fiscaux chaque année ! C'est ainsi un formidable complément de revenus non fiscalisé, notamment en vue de se constituer un capital retraite. Pour ce faire il suffit d'être dans le régime du loueur en meublé.
En observant de plus près le marché parisien, on constate une forte demande d'hébergement moyen et long terme en meublé. Tourisme d'affaires, cadres en formation 3 à 6 mois, étudiants étrangers en formations supérieures… Cette typologie de demandes permet d'obtenir une rentabilité bien supérieure à celle constatée en location nue.
Pour permettre la bonne gestion courante de ce bien, nous avons imaginé un « pack meublé » clés en main permettant de répondre à ce type d'hébergement. Par ailleurs, afin de garantir la bonne gestion courante de ce bien, nous proposons un prestataire spécialiste de ce marché, LODGIS, qui gère depuis plus de 10 ans un parc de 5 000 appartements dans Paris et qui permet de décharger le propriétaire des contraintes logistiques.
Autre avantage, le propriétaire pourra aussi se réserver du temps d'occupation personnelle.

Cette souplesse de location et cette approche novatrice de l'investissement séduisent de nombreux investisseurs non parisiens désireux d'avoir un pied-à-terre dans la capitale tout en se garantissant un rendement locatif fort.

Issue d'une famille d'artistes, **Gwen H** aime travailler la matière et privilégie l'abstraction. Ses œuvres abordent des thèmes différents. Plutôt urbaines à ses débuts, les thématiques sont aujourdhui plus larges et sensibles au spectre de la vie. Des collages et objets viennent inspirer ses tableaux. La touche usée est récurrente et devient sa patte, comme pour nous dire que la vie n'est pas sans aspérité. De sa rencontre avec ***727 sailbags,*** un co-branding artistique est né. Il l'a menée à rechercher de nouvelles techniques, et à adapter sa créativité à l'esprit très identifié de ses partenaires. Peintre plasticienne, elle apporte à ses nouvelles créations un esprit maritime. Elle va également peindre *en live* dans les locaux de ***727 sailbags***, avec l'envie de rendre l'art plus accessible au grand public.

***www.gwen-h.odexpo.com***






©Pressconcept.com

# Vents portants

## Une PME lorientaise à la conquête du monde.

L'alchimie a pris entre les trois créateurs, aux parcours et envies complémentaires, à la barre de cette société située sur la base sous-marine de Lorient.

**Jean-Baptiste ROGER** qui, après avoir aperçu dans un musée un sac réalisé avec une voile de bateau, décide de créer son premier sac avec la voile du bateau familial un Farr 727. La marque est née : ***727 Sailbags*** (sac en voile de bateau en anglais).

**Erwann GOULIN,** un ami vient rejoindre l'aventure. Parcours HEC, il apporte son expertise dans les domaines informatiques et commerciaux.

**Anna BEYOU**, chargée plus particulièrement du design, était une concurrente indépendante. Le hasard les a rassemblés. La passion commune de la mer et l'esprit d'entreprise leur ont donné l'énergie nécessaire pour développer le concept.



Aujourd'hui en plein développement, la société qui produit tout en interne, compte déjà une dizaine de salariés. La compétition qu'ils pratiquent en loisirs, la voile *of course*, a marqué leur esprit. Les concurrents peuvent s'accrocher face à cette équipe qui se battra toujours pour gagner.

Le principe est de récolter des voiles de bateaux dans le monde entier et de les transformer en articles de bagagerie, de décoration d'intérieur, d'aménagement de terrasses…

Une nouvelle gamme high tech de protections et d'étuis pour tablettes et téléphones vient d'être lancée. En 2011, plus de 8 500 m² de voiles ont été recyclés. Objectif : 12 000 m² en 2012. Elles sont de types différents, issues de grands voiles, génois, tourmentins ou autres solents ; les ailes de kite-surfs très colorées mais plus fines sont également transformées. Le processus est bien rodé : nettoyage, découpe des parties en bon état selon différents gabarits. Chaque type de voile a un grammage différent adapté à un élément de fabrication. Le choix artistique se fait dans le mélange des types de voiles, des couleurs, du degré d'usure, des numéros ou autres accessoires. Les feuilles de style, les arrivages, le savoir-faire font le reste. Anna s'occupe des modèles femme, Jean-Baptiste des modèles hommes et la collaboration prévaut pour les autres gammes. Chaque modèle est unique et répertorié. Vous connaissez la référence de la voile qui a servi de matière première à votre sac et une fiche d'identification est cousue à l'intérieur.

Un partenariat a été developppé avec une artiste locale, Gwen H qui met sa créativité au service d'une nouvelle gamme. L'esprit est respecté mais son style et son talent viennent apporter une touche artistique unique.

Les produits sont commercialisés en ligne sur **www.727sailbags.com** et dans de nombreuses boutiques en France et à l'étranger : en Australie, au Japon, à Hong-Kong à Dubaï… Un show-room est ouvert dans ce nouveau quartier dynamique et hype situé sur la base sous-marine de Lorient.

De ce concept design et écologique naissent des créations haut de gamme et tendance. Avoir un *727 Sailbags*, c'est avoir un sac qui traverse le temps et qui voyagera avec vous.

V.P.G.

# Toujours surpreNANTES

**Décalées, étonnantes, innovantes, décidément les animations nantaises savent se rendre attractives… même l'été.**



## Un monde de géants

***Une exposition surréaliste sur le site des anciens chantiers navals de Nantes.***

Un projet artistique inédit à la croisée des chemins et des mondes inventés de Jules Verne, de l'univers mécanique de Léonard de Vinci et de l'histoire industrielle de Nantes. L'émerveillement fait scintiller le regard de ceux qui contemplent ce spectacle majestueux. L'imaginaire de François Delarozière et de Pierre Orefice vous transportera dans différents univers, de la cime des arbres à la savane et aux fonds marins. Le regard tourné vers le ciel, vous ne pourrez vous empêcher d'admirer la promenade du Grand Éléphant, architecture en mouvement teintée d'élégance. L'Arbre aux hérons, avec ses 50 mètres de diamètre et ses 35 mètres de haut, surplombe la ville. Vous embarquerez sous les ailes des hérons pour un vol à vous couper le souffle parcourant des jardins suspendus. Le Monde Marin rejoindra, quant à lui, le carrousel trônant à quelques encablures de la Galerie des Machines le 15 juillet prochain.

***> Les Machines de l'île • www.lesmachines-nantes.fr***



## Pour ne pas voyager idiot

***Le parcours du Voyage à Nantes vous transportera d'un monument remarquable à des sites fascinants, en s'attachant à vous transmettre des regards inhabituels mettant en valeur toute la poésie et la personnalité de la ville.***

Une trentaine d'étapes mettent en relief toute la beauté et la liberté qui jaillit de la cité nantaise dont la richesse culturelle s'est bâtie avec le temps. La diversité procure un plaisir incommensurable à sillonner Naoned. Laissez-vous conduire d'une œuvre signée par un grand artiste d'aujourd'hui à un élément incontournable du patrimoine, d'une ruelle historique à une architecture contemporaine. Alors ne restez pas figé sur votre carte et observez les mouvements de l'environnement qui vous ensorcellent tout au long de ce parcours urbain de 8,5 km d'est en ouest. Jusqu'au 19 août 2012, Le Voyage à Nantes vous invite à suivre ce parcours où l'art s'approprie chaque recoin d'une ville en fête.

***> Le Voyage à Nantes • www.levoyageanantes.fr***



## Reproduction in-vitraux

***Imagination et création sont la signification de Sozo en japonais. Un nom qui sied à merveille à ce nouvel hôtel du centre nantais.***

L'heureux mélange de l'architecture religieuse ancienne et du design peps forme un contraste aussi surprenant que séduisant. Ne vous attendez pas à découvrir la façade attendue d'un hôtel puisqu'il s'agit ici d'une chapelle du XIXe siècle offrant une vue sur le fameux Jardin des Plantes. Cet hôtel 4 étoiles propose 28 chambres et suites dont la décoration élégante et sobre intègre vitraux, murs de pierres et parquets d'origine. Le **Sozo Hôtel** propose également des salles de séminaires pour accueillir formations et conférences. Les propriétaires, Benoit Boiteau et Adeline Louvel, ont fait de l'exigence et de la qualité un point fort et ils proposent une large gamme de services.

***> SOZO HOTEL • 16 rue Frédéric Cailliaud • 44000 Nantes • www.sozohotel.fr***
***Renseignement et réservation : 02 51 82 40 00***

# Cueilleur de baies




## Le club des plus belles baies du monde.

**C'est de Bretagne** que fut lancé en 1997 le projet de rassembler les plus beaux sites littoraux de la planète. L'objectif de ce réseau très fermé est d'échanger sur les bonnes pratiques et réfléchir ensemble sur les meilleurs moyens de préserver et valoriser tous ces sites emblématiques. À ce jour, 37 baies sont membres de ce club mondial. Au Golfe du Morbihan et à la baie de Quiberon s'est rajoutée d'emblée la baie du Mont Saint-Michel. Le siège mondial de cette organisation est toujours resté à Vannes, comme un geste de reconnaissance envers les Bretons pour leur sens inné de découvreurs des richesses de toutes les mers du monde.
***www.world-bays.com***



©Office de tourisme Vannes



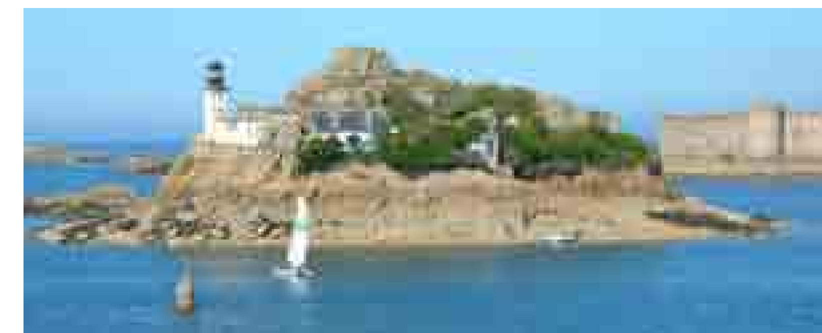
# Insolite !

Bousculez vos habitudes ! La rédaction de Ouest vous a déniché quelques idées originales et décalées pour que vacances ne riment pas avec « déjà vu ».

## Une île à louer

***Venez dormir dans la maison du gardien du phare, seul lieu de vie sur cette île !***

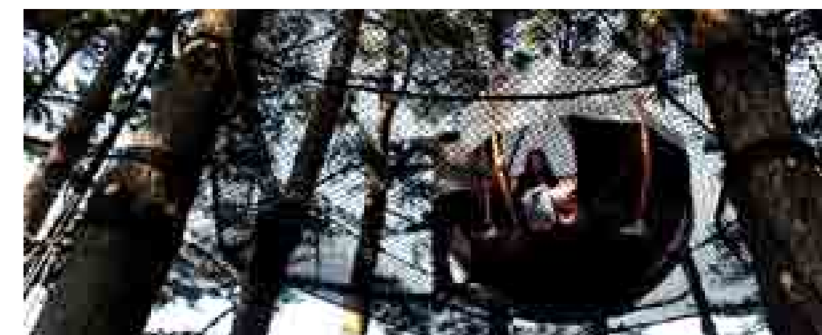
C'est au large de Carantec, dans la baie de Morlaix, que vous trouverez l'**Île Louët.** La particularité de cette île est que vous pouvez la louer ! Située à 350 mètres des côtes, elle abrite un phare historique construit en 1857 par Fenoux, et bien sûr la maison du gardien. Cette ancienne maison surplombe une baie magnifique avec vue sur le château du Taureau. Pour découvrir le charme de cet hôtel particulier, rendez-vous sur le site : ***www.tourisme.morlaix.fr/ilelouet-carantec***



## Dormez dans un nid !

***Vous n'aurez plus envie de descendre !***

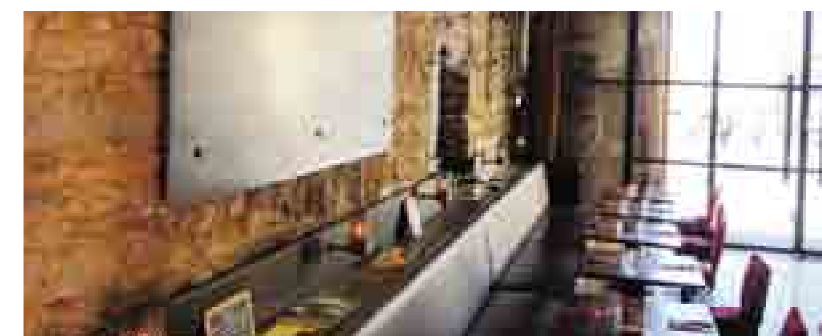
Qui n'a pas rêvé un jour de dormir dans un nid ? Sur l'Île de Groix, le Parcabout Chien Noir vous invite à vivre cette expérience inédite, avec ses **« Nid'Île »** alliant confort et plaisir. Accroché entre 4 et 8 m de hauteur, accédez à votre nid au moyen de filets et de trampolines. Au matin, les oiseaux vous réveillent. Écartez la toile du nid et admirez la pinède, la lande bretonne et la mer !
***Les Nid'Île • 02 97 86 57 61 • www.parcabout.fr***



## Une pause théâtrale

***Un cadre exceptionnel et une ambiance chaleureuse***

Classé parmi les cent lieux à voir en Bretagne en 2011 par le guide de "la Bretagne insolite et relax" *(éditions Ouest-France)*, **le Sarah B.** est joliment situé sur le port de La Roche-Bernard. Il propose une carte où se mêlent les saveurs des cuisines française, américaine et thaï. Il fait bon prendre un verre ou se restaurer sur la terrasse plein sud, offrant une vue sur les vieux gréements. Le soir, place à la musique, aux spectacles et à l'improvisation !
***Sarah B. • 9 quai Saint-Antoine • La Roche-Bernard • 02 99 90 74 60***
***www.lesarahb.fr***



## Envoyez la purée !

***Dépaysement garanti et cuisine de grand-mère***

Des fauteuils de cinéma, des bancs d'église, le ton est donné dès que l'on pénètre **Chez ChouChou**. Joues de porc au pinard et purée maison trônent en bonne place sur le menu et vous laissent imaginer l'ambiance. Éric Reveland, le patron, n'en est pas à son coup d'essai et sa faculté à donner une atmosphère si particulière aux lieux qu'il investit vous oblige à faire le détour par Quimperlé.
***Chez ChouChou • 10 rue Savary • Quimperlé • 02 98 06 87 63***



Musée de la Cohue

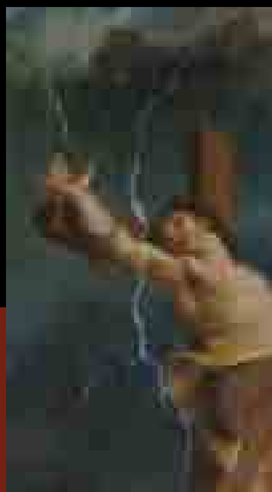
# Christ est ressuscité !



**Après avoir été exposée à Madrid** et à Barcelone lors de l'importante rétrospective consacrée à Eugène Delacroix, la pièce maîtresse des collections du musée de Vannes, *Le Christ sur la croix*, retrouve les cimaises de la Cohue.
Restaurée dans les ateliers du Centre de Recherche et de Restauration des Musées de France au cours de l'été 2011, l'œuvre a fait l'objet de toutes les attentions. Clichés radiographiques et analyses de prélèvements ont précédé le travail de restauration porté sur la couche picturale et le support.
L'exposition met l'accent sur ces différentes opérations au travers d'un film documentaire exceptionnel.
L'accrochage est complété de gravures d'interprétation d'œuvres religieuses de Delacroix exécutées par des maîtres de l'estampe du XIXe siècle, comme Jules Germain, Gustave Greux, Frédéric Villot ou encore Léopold Flameng.

Pierre Buraglio quant à lui interprète la toile du musée de Vannes comme il le fait à partir de tableaux de maîtres du passé.

**Du 16 juin au 30 septembre 2012**
9 et 15 place Saint-Pierre à Vannes.



*Le Christ sur la croix*
Détail avant restauration.

**OUEST MAGAZINE participe à cette aventure !**
Notre magazine s'est associé à huit autres entreprises pour aider au financement de la restauration du tableau. Une initiative pilotée par l'association des Amis du musée de Vannes.





# Traits de génie

Pierre Buraglio

## Un vrai choc !

On ne sort pas indemne d'une rencontre avec Pierre Buraglio. Chaque instant porte sa charge émotionnelle. Quand les mots ont peu de valeur comparés aux silences, au crissement de la mine sur le Canson. L'homme est dans un monde auquel peu accèdent. Quelque part dans les nimbes de la création, une force intérieure anime celui dont vous devez ABSOLUMENT découvrir ou redécouvrir le parcours. Innovant, créatif, décalé, il provoqua un vrai choc au milieu des années 60 avec la remise en cause du « support/surface ». Aujourd'hui, avec « Dessin d'après... », il parcourt les musées de l'hexagone pour confronter son trait à celui d'autres grands peintres. Comme le dit très justement l'homme, « Un peintre n'est reconnu que quand il a 40 ou 80 ans... c'est étrange mais c'est ainsi ». N'attendez pas !

*www.pierreburaglio.com*

***Exposition du 16 juin au 30 septembre 2012 • Musée de la Cohue • Vannes***




*Le guide des bonnes adresses du centre-ville.*
*À découvrir chez les commerçants ou sur le site*
**www.coeurdevannes.com**

**Shopping mode ou shopping déco, le cœur de Vannes fourmille de boutiques chics. Pour ne pas vous perdre et frapper directement à la bonne porte, voici quelques bonnes adresses. Attention, ici la qualité est de mise. Pour refaire votre garde-robe et/ou donner un coup de jeune à votre intérieur, les plus grandes marques s'offrent à vous, le conseil en plus...**

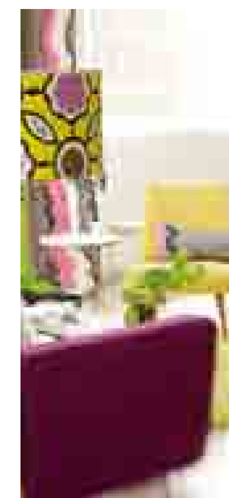
# Vannes Quality street





# Le plaisir de flâner...








## Blanche Duault

Architecte d'intérieur diplômée de l'École Boulle à Paris et décoratrice, **BLANCHE DUAULT** conçoit, depuis plus de 20 ans, les plus beaux intérieurs de Bretagne Sud. Au service des particuliers et des professionnels, elle réaménage les espaces et les fonctions, du conseil seul au suivi de chantier.
Des prestations remarquées et un show-room qui propose une large sélection de mobilier, tissus, luminaires et accessoires et s'enrichit aujourd'hui des plus belles marques de l'outdoor.

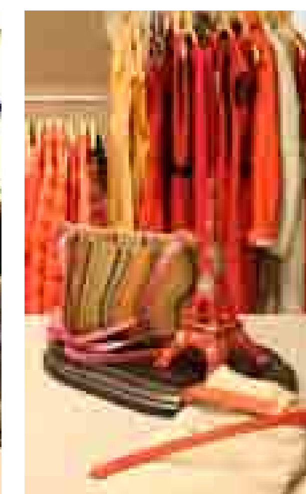
***7 rue Le Hellec • Vannes • 02 97 42 68 83***
***www.blanche-duault.com***

IVOIRE

## Ivoire

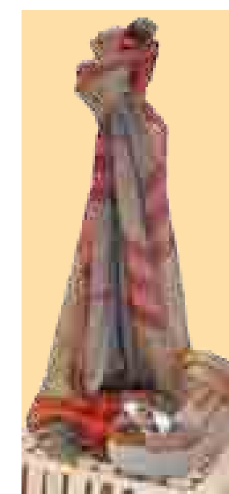
Sur la charmante place Henri IV, dans une maison classée, **IVOIRE** flaire les tendances et mixe avec impertinence les styles urban chic et décontracté. Ici les femmes qui aiment la mode se sentent bien et se laissent conseiller parmi les marques les plus reconnues : Paul Smith, Ralph Lauren, Karl Lagerfeld, Paule Ka, M de Missoni, Aquascutum, Marithé + François Girbaud, Monclerc...
**Une adresse qui invite au plaisir !**

***1 place Henri IV • 56000 VANNES***
***02 97 54 91 53***


**Offre découverte sur présentation de ce magazine**
**– 20 % sur la nouvelle collection**
*(hors promotions en cours)*








## Scarpe

Pour les chaussures, les sacs et les accessoires, **SCARPE** est un véritable ambassadeur de tendances, une référence. **SCARPE** met en valeur toutes les marques qui font la mode. Les incontournables comme Robert Clergerie, Burberry, Marithé + François Girbaud, Jean-Paul Gauthier, Sonia Rykiel, Repetto, Paul Smith, Marc Jacob... Ou les plus pointues telles Janet et Janet, Heschung, Candice Cooper, Freelance, Mia Zia, Sartore, Ugg, Accessoire Diffusion ou encore United Nude.

***14 rue Saint-Salomon - 56000 Vannes***
***02 97 47 56 11***
***6 rue du Belzic - 56400 Auray***
***02 97 59 39 74***

# Le Morbihan, terre d'innovation



**Rencontre avec Yves Bleunven,** Président de la commission de développement économique, territoires, entreprises et innovation au Conseil général du Morbihan.

**On vante souvent le Morbihan pour la beauté de ses paysages, mais les entrepreneurs commencent à conquérir les premières pages de la presse économique...**

En effet, un travail de fond a été mené depuis plusieurs années pour offrir aux entreprises du département les meilleures chances d'épanouissement et de croissance : parcs d'activités haut de gamme, services de qualité (haut débit, desserte routière...), attractivité économique, dynamisme en matière de formation et de recherche... Cela, évidemment, dans le but de créer, favoriser et entretenir les conditions de soutien, d'aide et de travail en réseau des entreprises, pour leur permettre d'accéder à de nouveaux marchés.

**Les entrepreneurs sont souvent seuls et peu accompagnés dans leurs démarches innovantes. En quoi le Morbihan se distingue-t-il ?**

Depuis 2008, le département a mis en place une démarche appelée « cluster » qui permet aux entreprises, collectivités et institutions (universités, centres de recherche, laboratoires...) morbihannaises de travailler en complémentarité. Cette méthode de travail s'inscrit dans une dynamique hautement compétitive. Elle favorise également, au travers d'un marketing territorial fort, le développement de l'emploi. En ce sens, le département propose un dispositif d'aides pour soutenir et accompagner des projets porteurs et encourager l'implantation de nouvelles entreprises qui ont une démarche offensive, tournée vers la croissance et les métiers de demain.

*« Offrir aux entreprises les meilleures chances d'épanouissement et de croissance »*

**Le Morbihan est-il en train de devenir la Silicon Valley de l'ouest ?**

C'est beaucoup dire mais la vitalité du tissu des PME et PMI qui animent le territoire et cette attitude résolument innovante dans la plupart des projets créent une dynamique et un environnement propices au développement. Notez que plus de 100 entreprises ont concouru aux derniers trophées de l'innovation !

**Combien d'entreprises se transfèrent chaque année dans le Morbihan ?**

Il est très difficile de répondre à cette question. Nous constatons cependant que de plus en plus d'entrepreneurs choisissent de s'implanter sur notre territoire. Une tendance qui ne cesse de croître puisqu'aujourd'hui une entreprise sur trois a moins de cinq ans.

**Pour quelles raisons ? Est-ce un mouvement de fond ?**

Pour la qualité du tissu économique, bien sûr, mais aussi et surtout pour la qualité de vie que peut trouver une famille.

C'est une tendance forte qui devrait s'accentuer avec le renforcement des moyens de transport. Nous serons bientôt à moins de 3 h de Paris en TGV, l'aéroport de Notre-Dame des Landes est acté et sera opérationnel en 2017. Tous ces éléments, conjugués avec une nouvelle génération d'entrepreneurs recherchant l'équilibre entre leurs vies professionnelle, personnelle et familiale, laissent augurer de belles aventures sur notre territoire.

*www.morbihan.fr*

# le menhir du Qatar

## Rencontre avec Charles Biétry.

Sa retraite n'aura pas duré bien longtemps. Rentré à Carnac en 2009 à l'issue de ce qui ressemble fort à une traversée du désert, Charles Biétry s'y morfond rapidement. La disparition brutale de son meilleur ami sonne comme un rappel. Le journaliste, dont le premier fait d'armes a été d'avoir annoncé avant tout le monde que les athlètes israéliens pris en otage lors des Jeux Olympiques de 1972 étaient morts et non sauvés comme le prétendaient les médias officiels, est viscéralement attaché à l'information. Il est accro au direct, fasciné par l'univers du sport depuis ce jour de 1954 où Louison Bobet lui a tapoté la joue en disant : « Ça va, petit ? »

**Longtemps chef du service** des sports de Canal+, où il a révolutionné la manière de filmer le football, brièvement président du PSG puis responsable du service des sports à France Télévision jusqu'en 2001 (il a continué à commenter des matchs jusqu'à l'Euro 2004), celui que l'on surnomme le Menhir connaît mieux que quiconque les arcanes du métier.

*« Nous allons faire notre route, sans rien voler aux autres. »*

S'il est réputé pour son exigence qui frôle l'intransigeance, Charles Biétry est aussi un dénicheur de talents qui a lancé plusieurs jeunes dans le grand bain.
Il adore le football et la Bretagne : n'est-il pas président du Bretagne Football Association depuis 1997 et recruteur pour le Stade rennais depuis 2007 ?
Charles Biétry devient le directeur éditorial de l'Équipe TV. Mais l'arrivée fracassante des Qataris, qui viennent troubler l'affrontement historique entre Canal+ et TF1, bouleverse la donne. Le 24 juillet 2011, Charles Biétry annonce qu'il va diriger la future chaîne sportive lancée par Al-Jazeera.

Dix mois plus tard, BeIN Sport est lancée. Comme une pierre dans le jardin de Canal+ ? Comme une revanche sur ce groupe qui ne l'a pas soutenu lorsqu'il présidait le PSG ? Il s'insurge. « Il est ridicule de penser que je vais leur faire la guerre, s'agace-t-il. Nous allons faire notre route, sans rien voler aux autres. » À l'entendre, il ne réservera même pas de traitement particulier au PSG. Tout juste espère-t-il être le premier à avoir des infos les concernant...
À 68 ans passés, le Monsieur Télévision des Qataris se sent ragaillardi par la présence autour de lui de tous ces jeunes journalistes. Il se sent prêt au combat, heureux d'être sur le ring à nouveau. Outre le football, la boxe n'est-elle pas son autre sport préféré ?

*M. N.*








*« Je ne suis pas dans une logique de guerre ou de revanche. »*



**Comment s'est passé le lancement de BeIN Sport ?**

Cela s'est passé dans les meilleures conditions possibles sachant que nous n'avons eu que trois mois pour aménager des bureaux, installer des studios, une régie... C'était extrêmement tendu, mais nous y sommes arrivés.

**En arrivant à Canal+, en 1984, vous avez révolutionné la façon dont on traitait le sport à la télévision, en particulier le football. Avez-vous l'intention de faire pareil à BeIN Sport ?**

Cela sera plus difficile parce que la manière dont le sport est filmé a considérablement progressé en vingt ans. Ce n'est pas pour autant que nous n'allons pas innover. J'estime qu'il y a encore 50 % de la route à faire. Mais je ne vous en dirai pas plus pour en laisser la primeur aux téléspectateurs. Sachez que c'est un défi formidable que je mène avec une équipe dont la moyenne d'âge est de trente ans et avec qui je partage un objectif clair : donner du bonheur aux gens.

**L'abonnement est proposé à 11 € par mois, ce qui implique que vous aurez besoin de beaucoup d'abonnés pour parvenir à l'équilibre. Où en sont les négociations avec Canalsat ?**

Personne ne peut savoir combien il nous faudra d'abonnés pour la bonne raison que personne ne connaît notre business plan. Quant aux négociations avec Canalsat, elles se déroulent normalement. C'est la solution la plus confortable, mais ce n'est pas la seule. Nous avons un plan B. Quoi qu'il arrive, nous aurons une diffusion via le satellite.

**Que répondez-vous à ceux qui vous reprochent d'être un « acteur économique irrationnel » ?**

Que je trouve que c'est extraordinaire de prendre les gens pour des imbéciles. Le Qatar est un pays riche, mais Al-Jazeera et les actionnaires sont des gens sérieux qui ne sont pas là pour perdre de l'argent. Nous avons dépensé 100 millions d'euros de moins que Canal+ pour avoir la Ligue des champions, l'intégralité de la ligue 1 et l'Euro 2012. Je ne sais pas qui est le plus irrationnel des deux...

**Avez-vous une revanche à prendre sur Canal+ ?**

Absolument pas. J'ai passé les meilleurs moments de ma carrière à Canal+ et 98 % des gens qui y travaillent sont des amis que j'appelle régulièrement, avec qui je vais déjeuner... Je ne suis pas dans une logique de guerre ou de revanche.

**On vous a surnommé le « menhir ». Pour vous, être breton, c'est quoi ?**

Être breton c'est être né en Bretagne et y avoir passé sa jeunesse. C'est aimer son pays et les gens qui y travaillent, comme cet ami qui va pêcher le congre chaque matin pour ne gagner que 1 000 euros à la fin du mois, comme le paysan de Loudéac... C'est être franc, honnête et travailleur.

**Depuis 2007, vous vous occupez du recrutement au Stade rennais. Vous vous êtes beaucoup impliqué dans le football breton. Allez-vous continuer à l'être ?**

Oui. Je ne suis pas la personne la plus influente au sein de la cellule recrutement du Stade rennais mais j'ai l'avantage de bien connaître le football mondial. Et puis je suis ravi de le faire.

**Un pronostic pour l'Euro 2012 ?**

Je vois les Pays-Bas vainqueurs. Contre la France ou l'Allemagne.

*M. N.*



# écran total

**Entretien avec Christophe Turpin, scénariste talentueux de *Jean-Philippe* et de *L'Amour dure trois ans*, qui est revenu à Carnac sur le lieu de ses vacances d'adolescent pour réaliser son premier long-métrage.**

**Vous vous êtes fait un nom en tant que scénariste. Passer derrière la caméra était un objectif ?**

Oui, j'ai toujours eu des velléités de réaliser ! C'était vraiment ce que je voulais faire. Ma passion pour le cinéma est arrivée très tôt, quand j'avais 10 ou 12 ans. Mais j'étais à mes débuts plus à l'aise avec l'écriture, même si j'avais déjà tourné un court et un moyen métrage.

**Que vous a apporté le succès de *Jean-Philippe* ?**

D'abord de la reconnaissance ! J'ai reçu ensuite des commandes de scénarios, ce qui m'a permis de continuer à travailler et à sortir d'une certaine forme de précarité qui est fréquente dans le métier.

**Quels sont maintenant vos projets ?**

Je viens de terminer l'écriture d'un scénario. J'ai deux projets de comédie en cours ainsi qu'un scénario fantastique, un genre que j'affectionne particulièrement. Depuis que je suis enfant, c'est mon univers. C'est seulement plus tard que je me suis tourné vers la comédie.

**Et en tant que réalisateur ?**

En tout cas, ce ne sera pas un film de vacances ! Si on doit mettre une étiquette, ma prochaine réalisation sera une pure comédie, clairement identifiable. Rien qui puisse laisser place à un malentendu sur son positionnement !

**Vous acceptez de nous en dire un peu plus ?**

J'ai écrit l'histoire d'un homme qui devient le meilleur ami d'une femme par dépit, parce qu'il ne peut espérer mieux : une stratégie assez répandue ! Et c'est une vraie comédie au rythme soutenu.

### Sea, no sex & sun



*avec Frédéric Testot, Antoine Duléry, Arthur Mazet, Julie Ferrier, Alma Jodorowsky, Daphné Chollet*

Carnac-Plage, c'est l'été. Trois hommes, qui pourraient bien n'être qu'un seul à différents âges de la vie, sont confrontés à leurs désirs et à la difficulté de les assouvir. Dans une atmosphère intemporelle de film de vacances, les générations et les époques se mêlent. Christophe Turpin a donné à son film, plus proche du *Cœur des Hommes* que de *Camping*, la saveur douce-amère du temps qui passe. Une comédie tendre qui se moque gentiment des hommes, éternels insatisfaits qui ont l'art de regarder à côté de ce qui pourrait être le bonheur. Et finalement, un film qui en dit beaucoup sur l'acceptation de soi et le renoncement.



©Agence MM

Soif de

# victoire !

## Une Bretonne aux J.O. !



**Le ton est donné. L'ambition de Claire ? Gagner les Jeux Olympiques de match racing.**

Issue d'une famille de voileux amateurs, cette compétitrice est tombée dedans quand elle était petite. Vers 7 / 8 ans, elle s'adonne en famille à l'optimist et pratique la voile également en loisir. Repérée lors de la « Women's Cup » de Saint-Quay où elle remplaçait la barreuse, l'aventure continue avec les encouragements d'un champion de match racing, Marc Bouet, de La Baule.

L'équipe emmenée par Claire Leroy va fièrement défendre les couleurs de la France aux Jeux Olympiques de Londres. Tous à vos écrans, ou sur place pour les chanceux, du 28 juillet au 11 août 2012 ! Au sein des Mermaids, équipage reconnu, l'organisation et l'entourage des coéquipières est bien rodé et structuré, forts de l'appui de la fédération et des sponsors privés. Claire, en sportive de haut niveau, affirme que le mental est important dans ces combats rapprochés. Déjà double championne de France et championne du monde, il ne lui manque plus que la médaille d'or olympique.

Sponsorisée entre autres par la société de portage salarial Vénétis, Claire concilie un travail et une activité sportive de haut niveau. C'est une solution qui permet de conserver un contact fort avec le monde de l'entreprise qui bénéficie des compétences professionnelles et mentales du sportif.

*V. P. G.*

**L'or est déjà dans les yeux des compétitrices, la suite aux J.O. !**



## Handiablées !



©S. Pillaud Sportissimo

### Des Brestoises déchaînées

Doublé historique pour les handballeuses de l'Arvor 29 Pays de Brest. La Coupe de la Ligue et le Championnat de LFH 2012 figurent désormais dans la vitrine du club. Une performance remarquée car deux représentantes de l'Arvor 29 ont été appelées en équipe de France dans l'optique des Jeux Olympiques de Londres. Alexandra Lacrabère et Cléopâtre Darleux ont hâte de participer à cette grande compétition et comptent bien décrocher l'or olympique pour ponctuer leur saison de la plus belle des manières.

## Développement durable



### Formation Made in Merlus

Ça y est, c'est enfin signé ! Bientôt les premiers coups de pioche pour le centre ultramoderne du Football Club de Lorient à Kerlir. Soulagement pour Loïc Féry et Christian Gourcuff après ce feuilleton à rebondissements. Une chance inouïe pour l'entraîneur lorientais d'inculquer ses préceptes du beau jeu pour les futures générations.

Quand certains investissent 10 millions d'euros sur un joueur, Loïc Ferry prend le parti de l'investir dans un centre innovant où toutes les composantes du club cohabiteront. « Disposer de telles infrastructures devient primordial pour rivaliser avec l'élite du football national », précise le Président.

Ce centre démontre toute la détermination du club à passer dans une nouvelle dimension au sein du paysage français et européen.

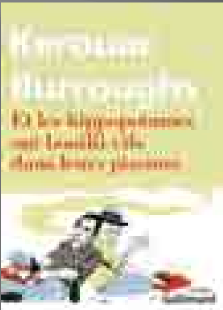
*www.fclweb.fr*




# Jack Kerouac

Né en 1922 et mort en 1969 sur le sol américain, **Jack Kerouac**, de son vrai nom Jean-Louis Lebris de Kerouac, descendait d'une famille bretonne émigrée au Canada. Auteur majeur du 20e siècle, considéré comme le prince de la génération « Beatnik », Kerouac a livré une œuvre d'une modernité absolument ahurissante, à la fois poétique et musicale, lyrique et réaliste. L'errance constituait une règle de vie et le voyage lui collait à la peau. En 1947, cet Ulysse contemporain prend son baluchon et traverse les États-Unis d'est en ouest, le long de la mythique « Route 66 ». Le journal de cette épopée, libertaire et sensorielle, deviendra le prodigieux roman *Sur la route*, aujourd'hui réédité en format poche, en édition originale intégrale, et adapté au cinéma par le brésilien Walter Salles.

**CHEZ VOTRE LIBRAIRE**



***Et les hippopotames ont bouilli vifs dans leurs piscines***
*trad. anglais (États-Unis) Josée Kamoun*
> Gallimard • 208 pages • 17,90 €



***Sur la route***
***Le rouleau original***
*trad. anglais (États-Unis) Josée Kamoun*
> Gallimard "Du Monde entier" 505 pages • 24,40 €
> Gallimard "Folio" • 624 pages • 8,60 €



## Quatre enterrements et un mariage
**Matthieu Noli**

**Portait de famille**

Coup de maître pour ce premier roman qui se savoure comme un bonbon acidulé. Matthieu Noli mêle avec talent la comédie et le drame dans cette peinture sans concession d'une famille d'aristocrates bretons. Naviguant entre Paris et le manoir familial de la presqu'île de Rhuys, les membres de cette tribu déjantée s'agitent, s'épient et s'empoignent à l'heure du décès du patriarche et des questions de succession. Et si les Kerniguet, antipathiques jusqu'à la caricature, sont jaloux, mesquins, obsédés par la réussite, et forcément ridicules, on s'attache finalement à leur fragilité et à leur besoin d'amour.

*> Éditions de Fallois • 365 pages • 19 €*

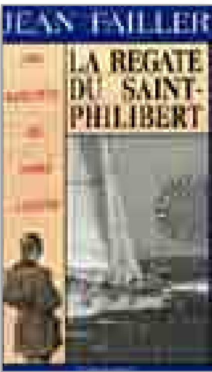


## Repousser les limites
**Daniel Charles**

**Composites et performance**

Un livre d'art pour retracer l'histoire des 30 ans d'une entreprise hautement technologique, qui a développé son savoir-faire dans la production de navires et pièces industrielles. Les hommes sont remis au centre de la réussite de cette société au savoir-faire mondialement reconnu. Aujourd'hui, Multiplast s'est dotée d'un outil de production unique en Europe avec son four de 50 mètres et ses 4 500 m² d'ateliers climatisés.

*> Éd. Librairie Cheminant • Vannes • 154 pages • 25 €*
*www.librairiecheminant.com*



## La Régate du Saint-Philibert
**Mary Lester**

**Une enquête haletante**

Un week-end prolongé amène Mary Lester à La Trinité-sur-Mer. Elle est invitée par des amis navigateurs à participer aux régates d'hiver où s'affrontent les meilleurs skippers de l'hexagone. Sa première sortie en mer, sous un temps difficile, est marquée par la disparition de Mose Stein, un riche navigateur, mal-aimé des autres compétiteurs. Puis un second cadavre est découvert, un décès qui paraîtrait accidentel si la victime n'avait reçu, la veille de sa mort, des menaces précises. Mary Lester est chargée d'enquêter.

*> Éd. du Palémon • 272 pages • 9 € • www.palemon.fr*



## Titanic
**Patrick Mahé**

**L'histoire, le mystère, la tragédie**

L'histoire fascinante et tragique du Titanic a suscité cauchemars et rêves et a stimulé l'imaginaire de générations entières. Tragique, parce qu'elle a coûté la vie à 1 500 personnes. Fascinante, parce que le Titanic représentait, avec sa prétendue insubmersibilité, le défi de l'homme face à la mer. Cet ouvrage illustré retrace de façon chronologique l'histoire du paquebot.

*> Chêne • 288 pages • 29,90 €*



## Les dix enfants que madame Ming n'a jamais eus
**Éric-Emmanuel Schmitt**

**Ode à la sagesse**

Madame Ming aime parler de ses dix enfants, éparpillés à travers la Chine ancestrale. Un comble au pays de l'enfant unique. Et si cette nombreuse progéniture n'était que pure imagination ? Éric-Emmanuel Schmitt signe une jolie fable humaniste, bercée par la sagesse éternelle de Confucius. Dans ce nouvel opus de son *Cycle de l'Invisible*, le romancier convoque les légendes du passé et les richesses bien réelles de la modernité, avec une finesse de ton et une grâce aériennes.

*> Albin Michel • 114 pages • 12 €*



## La Liste de mes envies
**Grégoire Delacourt**

**Banco !**

Jocelyne, dite « Jo », avait un rêve : devenir styliste à Paris. Or, elle travaille comme mercière sur Arras. Elle apprécie les jolies silhouettes mais n'a pas, à proprement parler, la taille mannequin. Elle idolâtre les livres et rédige un blog de dentellières. Maman endeuillée par la perte d'un enfant, sa vie de couple bat de l'aile, jusqu'au jour où une cagnotte faramineuse tombe du ciel. Nouveau départ ? Assurément. Ex-publicitaire, Grégoire Delacourt donne corps à un roman attachant sur une héroïne atypique dont les fragilités deviennent des forces.

*> JC Lattès • 186 pages • 16 €*

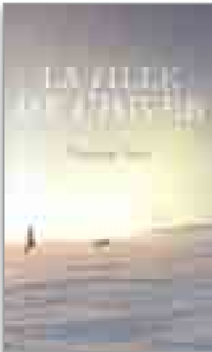


## Journal d'un tueur sentimental
**Luis Sepulveda**

**Jubilation macabre**

Au début on se trouve dans un polar classique, avec le plaisir de faire la connaissance du héros : un tueur à gage. Il rencontre sa dulcinée charmante au langage fleuri : « Mange-moi et baise-moi dans l'ordre qui te plaira ». Si c'est pas de la poésie ! Ce tueur aime la France et sa culture... mais ça sent déjà le déclin pour ce macho qui vit la fin de sa carrière et la désillusion de l'amour.

*> Points • 146 pages • 5,60 €*



## La Fille de l'hiver
**Eowyn Ivey**

**Voyage dans l'âme humaine**

Nature writing : ce roman nous tient en haleine avec sa poésie. On se délecte de ce style sobre, des descriptions de l'environnement, de la vie rustique. Un voyage dans l'Alaska, mais aussi dans l'âme humaine. L'amour au sens du couple, l'amitié, le retour aux valeurs fondamentales, le travail, le courage, comment vivre en autarcie dans une nature hostile ? C'est un hymne à l'espoir.

*> Fleuve Noir • 432 pages • 19,80 €*

## Que sait-on de la Bretagne?




## Les 100 mots de la Bretagne
**Patrick Poivre d'Arvor**

*> Collection « Que sais-je ? » • 128 pages • 9,20 €*

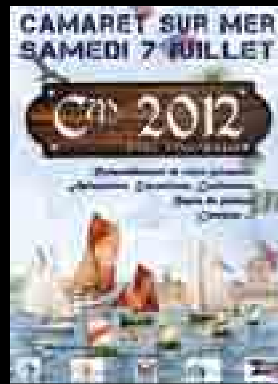
**À l'orée des vacances scolaires,** PPDA nous livre un inventaire à la Prévert de sa Bretagne d'adoption. On y retrouve pêle-mêle la nature et le paysage (l'Armor et Argoat, le goémon et le granit), les horizons proches et lointains (la mer et les îles), l'histoire (Anne de Bretagne et Duguay-Trouin), la littérature (Chateaubriand et le *Cheval d'orgueil*), la religion (les calvaires et les ex-voto), les légendes (l'Ankou et Brocéliande), la gastronomie (le cidre et la galette) et même le sport, la bande dessinée, la presse et l'industrie... Des ajoncs aux Vénètes, du nord au sud, du pays breton au pays gallo, c'est un diaporama impressionniste qu'il nous propose.

L'auteur n'oublie pas la gare Montparnasse, qui constitua pendant des décennies « le premier aperçu de l'angoissante métropole parisienne pour de jeunes Bretons parlant mal le français » et constitue le centre névralgique du sixième département breton, avec son lot de crêperies, ses kiosques vendant toutes les éditions locales de Ouest-France et ses bistrots, bien sûr.
En somme, c'est un bel hommage de ce Breton d'adoption, qui écrivait naguère : « C'est ce qui est formidable chez eux, il n'y a pas de droit du sang ou de droit du sol, mais un droit du cœur... Le breton est le peuple le plus généreux que je connaisse. Et il me permet d'avoir les mêmes souvenirs sensoriels que les « vrais Bretons »! ».
Même l'été sur la plage, il est toujours temps de réviser ses classiques... *M. N.*

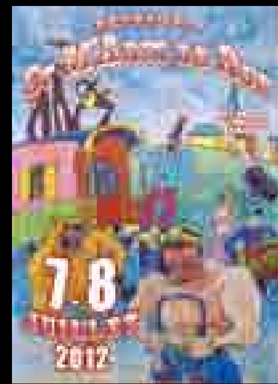
# Spectaculaire

À l'affiche : jazz, rock, classique, théatre, danse, fêtes historiques, tango, salons du livre, rassemblements, fêtes traditionnelles… la rédaction vous invite à parcourir la région d'est en OUEST…


**Musique à Groix**
Juillet et août 2012
*Île de Groix • Morbihan*



**Fête maritime de Camaret-sur-Mer**
7 juillet 2012
*Camaret-sur-Mer • Finistère*



**St M'Art de Rue**
7 et 8 juillet 2012
*Saint-Mars-du-Désert (44)*



**La Bodega Breizh**
7 et 8 juillet 2012
*Tréguier • Côtes d'Armor*



**Temps fête 2012**
Du 19 au 22 juillet 2012
*Douarnenez • Finistère*



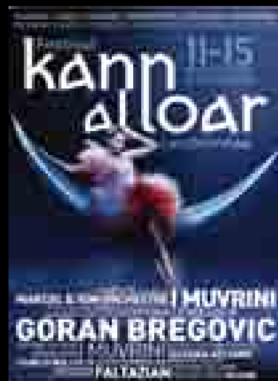
**Lyrique-en-mer**
Du 20 juillet au 17 août 2012
*Le Palais • Morbihan*



**Festival les Zendimanchés**
21 et 22 juillet 2012
*St-Hilaire-de-Chaléons (44)*



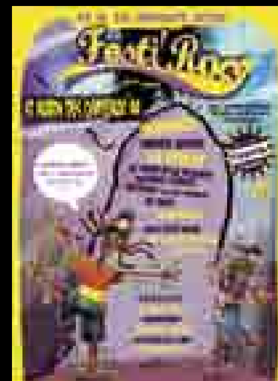
**Cornouaille Quimper**
Du 24 au 29 juillet 2012
*Quimper • Finistère*



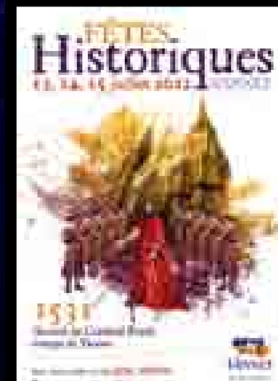
**Festival Kann Al Loar**
Du 11 au 15 juillet 2012
*Landerneau • Finistère*



**Espace Tango en Vilaine**
Du 12 au 15 juillet 2012
*La Roche-Bernard • Morbihan*



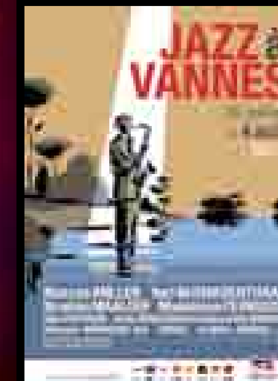
**Festi'Roc**
13 et 14 juillet 2012
*Saint-Aubin-des-Châteaux (44)*



**Fêtes historiques de Vannes**
Du 13 au 15 juillet 2012
*Vannes • Morbihan*



**Tango par la Côte**
Du 27 juillet au 5 août 2012
*Lannion (22) • Roscoff (29)…*



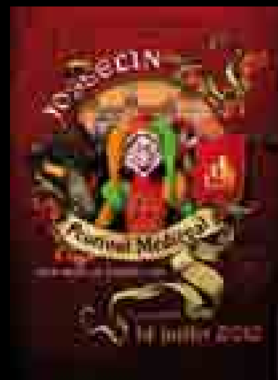
**Jazz à Vannes**
Du 30 juillet au 4 août 2012
*Vannes • Morbihan*


**Les escales**
3 et 4 août 2012
*St-Nazaire • Loire-Atlantique*


**Festival du bout du monde**
Du 3 au 5 août 2012
*Presqu'île de Crozon • Finistère*



**Les tonnerres de Brest 2012**
Du 13 au 19 juillet 2012
*Brest • Finistère*

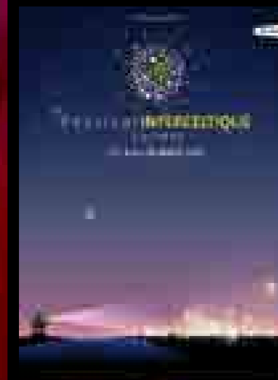

**Festival Médiéval de Josselin**
14 juillet 2012
*Josselin • Morbihan*



**Festival Polignac**
Du 15 au 25 juillet 2012
*Guidel • Morbihan*

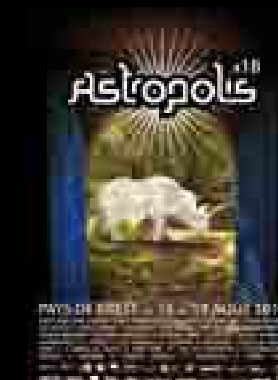


**Les Vieilles Charrues**
Du 19 au 22 juillet 2012
*Carhaix • Finistère*


**Festival interceltique**
Du 3 au 12 août 2012
*Lorient • Morbihan*



**Festival des Filets Bleus**
Du 15 au 19 août 2012
*Concarneau • Finistère*



**Astropolis**
Du 16 au 19 août 2012
*Pays de Brest • Finistère*



**Salon international du livre insulaire**
Du 17 au 21 août 2012
*Ouessant • Finistère*

Venise est déjà une des villes les plus surprenantes qui soit mais quand on y ajoute la ferveur qui entoure l'art contemporain, elle en devient irrésistible. Zapping rapide autour du nouveau projet fou de François Pinault et rencontre surprenante d'un quadra mi-italien mi-breton dans un vieil atelier verrier de l'île mythique de Murano.



Maurizio Cattelan

Jeff Koons
*Hanging Heart*

©Palazzo Grassi

# Venise nous bluffe

François Pinault

Qui aurait imaginé que le drapeau breton flotterait un jour sur un des plus beaux palais de Venise ? C'est en partant de cette idée folle que nous avons voulu découvrir la suite des aventures de François Pinault chez les Vénitiens. Après avoir investi le Palazzo Grassi, le Breton a conquis la pointe de la douane pour en faire son second vaisseau amiral de l'art contemporain.

*Extraits choisis sur **www.palazzograssi.it***
*Punta della Dogana • Dorsoduro, 2 • Venise*

©Palazzo Grassi

Lorenzo Caggiato Dollo

## Un Breton à Murano !

**Murano** 10 h. L'air est humide mais les fours du vieil atelier réchauffent rapidement l'atmosphère.
La vedette vient de nous déposer sur un ponton vermoulu le long d'un canal dans lequel seules les vieilles cheminées de briques se reflètent. Le contraste est saisissant avec la Sérénissime que nous avons quittée quelques minutes plus tôt.
Le vieux maître Giovanni est en train de travailler une boule de feu écarlate avec un outil ancestral. Sous nos yeux, une silhouette se forme. La matière s'étire, se strie, se pince pour devenir un cheval de verre que les touristes achèteront pour quelques euros dans la boutique de l'autre côté, là où les façades sont belles et les quais entretenus.
Lorenzo Gaggiato Dollo, mi-breton mi-italien vient nous rejoindre et nous accueille dans un français hésitant.
S'il revient de temps en temps du côté de Guingamp, l'homme est italien avant tout. Après des études à Sciences po, il se consacre corps et âme à l'art verrier dès l'âge de 25 ans. Éditeur, commerçant, créateur ? Difficile de situer celui qui co-dirige cette petite coopérative de 17 ateliers de verriers de Murano.

*Ici toutes les époques et les styles se côtoient et s'entrechoquent*

Après le tumulte des fours, notre hôte nous entraîne au calme vers les salles d'exposition réservées aux belles pièces.
Ici toutes les époques et les styles se côtoient et s'entrechoquent avec plus ou moins de goût mais notre regard est d'emblée attiré vers des créations résolument contemporaines.
Notamment celles de Solvano Signoreto, un des trois seuls artistes capables de travailler la prima, c'est à dire réaliser une sculpture complexe d'un seul bloc. Les lignes sont épurées et le traitement des couleurs, telles des coulures en inclusion, n'aurait pas dépareillé aux côtés des toiles de Jackson Pollock exposées non loin de là au Guggenheim.
L'autre choc visuel est celui de cette très belle pièce de Renzo Scarpa, le célèbre architecte qui fut aussi le premier à explorer la technique de vase battu. Devant notre étonnement à voir si peu de belles pièces contemporaines, Lorenzo avoue à demi-mots que les goûts des touristes et les voix de la rentabilité ne passent pas forcément par la recherche créative à tout prix.
L'art verrier doit reconquérir sa place dans la création artistique. C'est son combat.
À lui et aux vieux maîtres détenteurs du savoir, nous souhaitons bonne chance.



Des pinceaux géants, des traces de peinture bluffantes et cette chaise pinceau à taille humaine.
**Des œuvres de Livio de Marchi à découvrir à la galerie Pauly, place Saint-Marc.**

DÉMARRAGE DES TRAVAUX

# DINARD, La Vicomté
# Villa KER SAO

- Une résidence de standing
- Au cœur d'un parc boisé
- A proximité des plages
- Du studio au 4 pièces




Investissement Loi Scellier

COMMERCIALISATION :

**02 99 14 04 71**

contact@imocia.fr

IMOCIA

Promoteur d'immobilier durable

Conception : Newsens -Quinzemille - Architecte : Couasnon Laupay / Architectes Illustrateur : 3D Pro

* BBC en cours de certification